

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO
MESTRADO EM TURISMO

ALCIMARA MEIRA GONÇALVES ANDRUKIU

FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR EM ANTONINA (PARANÁ, BRASIL): A
REPRESENTAÇÃO SOCIAL DO EVENTO SOB A PERSPECTIVA DE
RESIDENTES

CURITIBA
2015

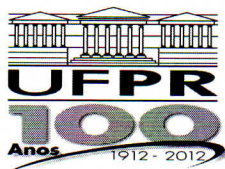
ALCIMARA MEIRA GONÇALVES ANDRUKIU

FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR EM ANTONINA (PARANÁ, BRASIL): A
REPRESENTAÇÃO SOCIAL DO EVENTO SOB A PERSPECTIVA DE
RESIDENTES

Dissertação apresentada ao
Programa de Pós-graduação em
Turismo, curso de Mestrado, Setor de
Ciências Humanas da Universidade
Federal do Paraná, como requisito
parcial para obtenção do título de
Mestre em Turismo.

Orientação: Prof. Dr. Miguel Bahl

CURITIBA
2015



MINISTÉRIO DE EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO


Aos dezessete dias do mês de abril do ano de dois mil e quinze, às quatorze horas e trinta minutos, na sala EP 4, do Edifício Dom Pedro II, Campus Reitoria, foi avaliada pela Banca Examinadora, composta pelos professores abaixo relacionados, a Dissertação de Mestrado da aluna **ALCIMARA MEIRA GONÇALVES ANDRUKIU** intitulada **"Festival de Inverno da UFPR em Antonina (Paraná, Brasil): a Representação Social do evento sob a perspectiva de residentes"** que obteve como resultado final APROVAÇÃO.

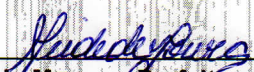
(RES. 65/09 CEPE Art. 69. Os examinadores avaliarão a dissertação ou a tese considerando o conteúdo, a forma, a redação, a apresentação e a defesa do trabalho, decidindo pela aprovação, ou reprovação do trabalho de conclusão do aluno.

Parágrafo único. A ata da sessão pública da defesa de dissertação ou tese indicará apenas a condição de aprovado ou reprovado.

OBS: este documento tem a validade de 60 dias a contar desta data.

Nome e assinatura da Banca Examinadora:


Prof. Dr. Miguel Bahl – orientador


Profª. Drª. Neide de Moura – Prefeitura Municipal de Curitiba


Profª. Drª. Silvana do Rocio de Souza – UFPR

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelas bênçãos concedidas;
ao meu orientador, professor Miguel Bahl, pela paciência e otimismo;
às doutoras Silvana e Neide, pelas contribuições fornecidas;
ao colegiado do PPGTur, pelo conhecimento compartilhado;
à família, pelos constantes incentivos;
ao esposo, pela compreensão e apoio;
aos amigos, pelas palavras e gestos motivacionais;
e a todos aqueles que colaboraram para tornar este trabalho possível!

“Os que desprezam os pequenos acontecimentos
nunca farão grandes descobertas.
Pequenos momentos mudam grandes rotas.”

Augusto Cury

RESUMO

Esta dissertação teve por objetivo principal investigar como se estrutura a representação social do Festival de Inverno da Universidade Federal do Paraná, evento cultural que acontece anualmente em Antonina, Paraná, Brasil, município litorâneo cuja população é de aproximadamente vinte mil habitantes. Para desenvolver a investigação, buscou-se aporte teórico na Teoria das Representações Sociais, proveniente da Psicologia Social, desenvolvida por Serge Moscovici, no ano de 1961, em que se procurou compreender a visão de mundo apresentada pelos sujeitos com relação a determinado fenômeno. Também foram utilizados conceitos como os de turismo, turismo cultural, eventos culturais e os desdobramentos desta interação para com a cidade que sedia o evento. Nesse sentido, recorreu-se às entrevistas semiestruturadas para coletar junto à população os dados, os quais foram interpretados, analisados e organizados de forma a atender os objetivos propostos. A pesquisa empírica demonstrou que o evento altera o cotidiano da cidade, mantendo uma programação cultural que se constitui numa opção de lazer e instrução para as famílias. Os antoninenses entrevistados mencionaram acreditar que os efeitos socioeconômicos sentidos estão sendo, em sua maioria, positivos, tais como: ingresso de divisas e possibilidade de aumentar o conhecimento por meio das atividades programadas. Apesar de não participarem das fases pré (planejamento e organização) e pós (avaliação) evento, os antoninenses opinaram que o Festival já faz parte da cidade e que, de alguma forma, precisa ser rediscutido para ser melhorado. Os residentes mencionaram reconhecer que o evento é um dos principais atrativos turísticos, pois, devido à sua duração, movimenta as atividades do comércio local. O evento também é visto como uma forma de divulgação da cidade enquanto destino turístico. Do ponto de vista acadêmico, acredita-se que a presente pesquisa revelou que é possível o diálogo entre áreas diferentes, numa construção conjunta do conhecimento. Como contribuição social – e até mesmo política – ela indicou que ações como os eventos culturais podem promover o desenvolvimento de municípios de pequeno porte e de poucos recursos, melhorando a qualidade de vida de quem neles vive.

Palavras-chave: Turismo. Eventos. Representações Sociais. Antonina/PR. Festival de Inverno da UFPR.

ABSTRACT

This thesis was aimed to investigate how was being organized the social representation of the Federal University of Paraná Winter Festival, a cultural event that happens annually in Antonina, Parana, Brazil, coastal city with approximately twenty thousand residents. To develop research, the Theory of Social Representations has been used as theoretical support. This theory comes from Social Psychology, formulated by Serge Moscovici, in 1961, when he was intending to understand the world view presented by the subjects with respect to a particular phenomenon. Also concepts were used as the tourism, cultural tourism, cultural events and the consequences of this interaction towards the city that hosts the event. In this sense, we resorted to semi-structured interviews to collect data on the population, which were interpreted, analyzed and organized to reach the proposed objectives. Empirical research has shown that the event has caused a positive impact on the daily life of the city, offering a cultural program that constitutes a leisure option and education for families. The respondents believe that socioeconomic effects were being felt, mostly positive, such as inflow of foreign exchange and the possibility of increasing knowledge through planned activities. Although they do not participate of the pre-stage (planning and organization) nor post (evaluation) event, antoninenses opined that the Festival was already part of the city and, somehow, needed to be reconsidered to be improved. Residents recognized that the event was one of the main tourist attractions, by reason of its duration, moving the local trade. The event was also seen as a form of promotion of the city as a tourist destination. From the academic point of view, it is believed that this research revealed that the dialogue between different areas is possible, in a joint construction of knowledge. As a social contribution - even political - it indicated that actions such as cultural events can promote the development of small cities and scarce resources, improving the quality of life of those who live in it.

Key-words: Tourism. Events. Social Representations. Antonina/PR. UFPR Winter Festival.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – LOCALIZAÇÃO DE ANTONINA.....	18
FIGURA 2 – BAÍA DE ANTONINA VISTA DA PRAINHA.	21
FIGURA 3 – SHOW REALIZADO NO PALCO PRINCIPAL, SITO À RUA DR. CARLOS GOMES DA COSTA, ANTONINA/PR.....	65
FIGURA 4 – OFICINA DE BIO-JOIA.	65
FIGURA 5 – OFICINA DE MAQUIAGEM CÊNICA (TAREFA REALIZADA EM DUPLA).....	66
FIGURA 6 – INGRESSOS PARA O ESPETÁCULO (À ESQUERDA) E O GRUPO DE MPB DA UFPR (À DIREITA) NO TEATRO MUNICIPAL.	66
FIGURA 7 – APRESENTAÇÃO DO MADRIGAL DA UFPR NA IGREJA DE SÃO BENEDITO.....	67
FIGURA 8 – ILUMINAÇÃO ESPECIAL NO TEATRO MUNICIPAL DE ANTONINA.	67
FIGURA 9 – ILUMINAÇÃO ESPECIAL NA IGREJA DE SÃO BENEDITO.	68
FIGURA 10 – ATIVIDADES RECREATIVAS PARA CRIANÇAS NA PRAÇA CORONEL MACEDO.....	68
FIGURA 11 – APRESENTAÇÕES DURANTE O FESTIVAL DE INVERNO DE GRUPOS CULTURAIS E ARTÍSTICOS DE ANTONINA: BLOCO BOI BARROSO, BALÉ DE ANTONINA E GRUPO DE SERESTA CANTO DO MAR.	74
FIGURA 12 - TRAJETO CENTRO DE ANTONINA (PR) AO BAIRRO ALTO.	81
FIGURA 13 – DISTRIBUIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS NO CENTRO DE ANTONINA, PARANÁ.....	88
FIGURA 14 – SISTEMA DO TURISMO (SISTUR)	90
FIGURA 15 – AVALIAÇÃO DE UM DOS PARTICIPANTES DO FESTIVAL DE INVERNO	92
FIGURA 16 – PODER PÚBLICO: GRÁFICO DE ASSOCIAÇÃO DE IDEIAS SOBRE O FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR.....	95
FIGURA 17 – EMPRESÁRIOS: GRÁFICO DE ASSOCIAÇÃO DE IDEIAS SOBRE O FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR	98
FIGURA 18 – JOVENS: GRÁFICO DE ASSOCIAÇÃO DE IDEIAS SOBRE O FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR.	99
FIGURA 19 – ADULTOS: GRÁFICO DE ASSOCIAÇÃO DE IDEIAS SOBRE O FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR.	100

FIGURA 20 – IDOSOS: GRÁFICO DE ASSOCIAÇÃO DE IDEIAS SOBRE O FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR	101
FIGURA 21 – REPRESENTAÇÃO SOCIAL DO FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR SOB A PERSPECTIVA DE ANTONINENSES.	102

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – CRONOGRAMA DO FESTIVAL DE INVERNO	25
QUADRO 2 – EFEITOS NEGATIVOS E POSITIVOS DO TURISMO.....	32
QUADRO 3 – CATEGORIAS DE CLASSIFICAÇÃO DAS ATRAÇÕES TURÍSTICAS	33
QUADRO 4 – ANÁLISE DE DADOS A PARTIR DE INTERPRETAÇÕES	59

LISTA DE SIGLAS

APA	- Área de Proteção Ambiental
APAE	- Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais
DER	- Departamento de Estradas de Rodagem
IDH	- Índice de Desenvolvimento Humano
IPARDES	- Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPHAN	- Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
OMT	- Organização Mundial do Turismo
ONU	- Organização das Nações Unidas
PROEC	- Pró-Reitoria de Extensão e Cultura
SNUC	- Sistema Nacional de Unidades de Conservação
TRS	- Teoria das Representações Sociais
UFPR	- Universidade Federal do Paraná

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
2 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA E DO OBJETO DE ESTUDO.....	18
2.1 APRESENTANDO ANTONINA, PARANÁ: CARACTERIZAÇÃO SUCINTA.....	18
2.2 O FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR EM ANTONINA	23
3 REFLEXÕES TEÓRICO-CONCEITUAIS.....	27
3.1 TURISMO: DEFINIÇÕES, EFEITOS E ATRAÇÕES.....	27
3.2 EVENTOS: DEFINIÇÕES, TIPOLOGIAS E DEMAIS ASPECTOS.....	36
3.3 EVENTOS CULTURAIS: COMBINANDO EVENTOS E CULTURA.....	40
3.4 AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: INTERPRETANDO A REALIDADE	45
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	55
5 ANÁLISE DOS RESULTADOS	62
5. 1 O FESTIVAL DE INVERNO: UM POUCO DE FLORES E CORES AGITANDO A CALMARIA	62
5.2 PARA O BEM OU PARA O MAL? OS EFEITOS SOCIOECONÔMICOS DO FESTIVAL DE INVERNO.....	70
5.3 FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR OU DE ANTONINA?	77
5.4 FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR: UM ATRATIVO TURÍSTICO DE ANTONINA	85
5.5 A REPRESENTAÇÃO SOCIAL DO FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR	94
6 CONCLUSÃO	105
REFERÊNCIAS	111
APÊNDICES	120

1 INTRODUÇÃO

As representações sociais podem dizer muito sobre como as pessoas interiorizam e reproduzem a realidade em que estão inseridas. Essas interpretações acontecem dentro do indivíduo e posteriormente são refletidas aos seus pares, de maneira que juntos constroem um discurso coeso coletivo. Da mesma forma, o grupo estende seus pressupostos e crenças sobre os indivíduos que dele fazem parte, interferindo, portanto, na sua maneira de agir no cotidiano.

Teorizar sobre este movimento complexo entre o homem e a sociedade é uma das questões atribuídas à Psicologia Social. Dentro desta área do conhecimento tem grande destaque a Teoria das Representações Sociais em que se procura tratar sobre a visão de mundo das pessoas, servindo de aporte teórico para pesquisas das mais variadas áreas, dentre elas o Turismo, ao qual se vincula esta dissertação.

Sendo assim, na presente pesquisa se buscou, por meio das contribuições da Psicologia Social, mais especificamente de elementos da Teoria das Representações Sociais, analisar as relações existentes entre a população de Antonina e o Festival de Inverno da Universidade Federal do Paraná.

O Festival de Inverno é realizado anualmente em Antonina – município de pequeno porte localizado no litoral do estado do Paraná – desde 1991, surgindo como uma proposta de atender uma necessidade dos universitários de aplicar os conhecimentos teóricos e ao mesmo tempo de aproximar a Universidade da comunidade, o que se conhece como caráter, ou função, de extensão das instituições de ensino (NASCIMENTO, 2002).

Durante os oito dias em que o evento ocorre (sendo a abertura no sábado e encerramento no sábado seguinte), os munícipes e alunos têm a oportunidade de interagir, de compartilhar conhecimentos, experiências, além dos momentos de descontração e diversão (AKEL SOBRINHO; MULINARI, 2014).

Ao iniciar os trabalhos preliminares para esta dissertação, tomou-se conhecimento da existência de três pesquisas – duas qualitativas e uma quantitativa – relacionadas ao Festival. Uma delas foi realizada por Valério (2008, p. 38), que teve por objetivo geral “trabalhar com a percepção dos atores sociais que faziam interface com o Festival de Inverno e o turismo em Antonina”, tendo definido como amostra para coleta de dados os representantes de organizações públicas e

organizações turísticas privadas, a saber: hotéis, pousadas, restaurantes e agência de turismo¹.

Nessa pesquisa, a autora constatou, por meio de entrevistas, que na opinião dos antoninenses o Festival, durante seus oito dias, garante rentabilidade aos empresários, aproxima arte, educação e cultura da população, além de trazer ao município um público pacífico que tem interesse em adquirir e transmitir conhecimento, diferentemente do que acontece no Carnaval em que, apesar da rentabilidade financeira e resgate da cultura local, acontecem alguns prejuízos causados por pessoas alcoolizadas, sujeira nas ruas e calçadas e possíveis discussões (agressões verbais) entre os foliões.

A outra pesquisa foi realizada por Oldoni no ano de 2010, com o objetivo de “trabalhar a sustentabilidade atrelada ao Festival de Inverno da UFPR por meio de práticas sustentáveis” (OLDONI, 2010, p. 13), sendo a principal contribuição a apresentação de um manual para promoção de melhorias do evento no que tange à sua sustentabilidade.

Por fim, a pesquisa quantitativa de Filippim, Kushano e Bahl (2012) buscou apresentar a composição e avaliação do público da vigésima edição (ano de 2010). Nela se delinearão as características do público e se concluiu objetivamente que a avaliação foi positiva, principalmente nos aspectos da cultura local, obtendo maiores *scores* a qualidade dos espetáculos e a organização do evento e, na outra extremidade, limpeza da cidade, preços de produtos e serviços com os menores *scores* – ou aspectos a serem melhorados.

E assim, embora possam existir pontos convergentes entre a presente pesquisa e as realizadas nos anos anteriores, verificou-se que o Festival de Inverno da UFPR ainda carecia de pesquisas qualitativas (NASCIMENTO, 2002), em que fossem considerados o conteúdo das falas dos sujeitos e a relação que estes apresentam para com a cidade em que se dá o cotidiano.

Nesse sentido, levando em conta as mais de duas décadas de realização do evento no município, uma indagação surgiu e motivou ao desenvolvimento da presente pesquisa: Qual é a representação social que os antoninenses apresentam do Festival de Inverno da UFPR? Em meio a este questionamento, outras questões complementaram a problemática: Como está ocorrendo a participação dos

¹ À época do desenvolvimento da pesquisa havia uma agência de turismo no município. Atualmente não há agências de turismo em Antonina.

antoninenses nas ações desenvolvidas nas fases de pré-evento, evento, pós-evento do Festival de Inverno? Quais são os efeitos socioeconômicos gerados a partir da ocorrência de um evento cultural no município e como estes estão sendo percebidos? E pela perspectiva dos residentes, de que maneira o evento exerce influência no turismo local?

Como possibilidades de respostas, conjecturou-se que:

- I) os antoninenses gostam de sua cidade por ser pequena e tranquila.
- II) Os antoninenses gostam do evento ao ponto de não identificarem efeitos negativos.
- III) Os antoninenses aprovam o formato atual do evento.
- IV) Os antoninenses acreditam que o evento é um dos momentos que mais atraem turistas.

Portanto, com a finalidade de apresentar respostas ao problema formulado e testar as hipóteses anteriormente expostas, estabeleceu-se como objetivo geral: investigar como se estrutura a representação social do Festival de Inverno da UFPR pela população de Antonina, Paraná.

Como objetivos específicos decorrentes para esta pesquisa se pretendeu:

- a) verificar de que forma o evento altera o cotidiano da cidade;
- b) averiguar quais efeitos socioeconômicos foram sentidos pelos residentes desde o início das edições do Festival;
- c) investigar de que maneira o evento está integrado com a realidade local (a população enquanto proponente e participante das atividades programadas: oficinas, espetáculos, minicursos, apresentações, dentre outras);
- d) verificar se os antoninenses visualizam o evento como um atrativo turístico.

Nesse sentido, considera-se que a pesquisa se justificou pela contribuição social, na medida em que se buscou conhecer o que o evento representa, o quanto a população antoninense participa na realização do mesmo e como se sente ante a alteração da rotina da cidade durante uma semana.

Pela perspectiva político-administrativa, considera-se que por meio da investigação foi possível verificar o que o evento poderia gerar, tanto para a população local quanto para as organizações (hotéis e restaurantes, principalmente) e instituições (prefeitura e escolas, essencialmente) localizadas em Antonina. Estes são os componentes da sociedade antoninense e, quando se fala em sociedade, é fundamental compreendê-la como formada por indivíduos que, a partir de suas

experiências e realidades vividas, passam a ser sujeitos da apropriação de seu tempo e espaço. Essas pessoas, a partir daqui nominadas sujeitos, precisam ser consultadas e ter relevadas suas opiniões, percepções, visão de mundo.

Outro fator que motivou ao desenvolvimento da pesquisa é que o tema se mostra pertinente ao interesse dos turismólogos e planejadores da gestão de municípios com populações não tão numerosas, visto que

a celebração de eventos culturais constitui, portanto, uma estratégia de diversificação da oferta turística, sendo capaz de atrair novos visitantes e/ou renovar o interesse de visitantes habituais, justificando investimentos públicos e privados, quer na vertente turística quer na vertente cultural” (RIBEIRO *et al.*, 2005, p. 63).

Podem, inclusive, agregar valor à oferta turística e reduzir os efeitos da sazonalidade (BAHL, 2004b).

Desta forma, estruturou-se a dissertação com a descrição da área e do objeto, as reflexões teórico-conceituais e o resultado das análises, os quais ficaram sistematizados como segue.

O primeiro capítulo destina-se à caracterização do município de Antonina, sua localização, os aspectos históricos, culturais, sociais, econômicos, ambientais, no intuito de apresentar como está organizado o município, alguns fatos ocorridos em seu passado para compreender o presente e vislumbrar possíveis expectativas para o futuro. Ainda neste capítulo, busca-se apresentar o Festival de Inverno, a forma como foi idealizado, algumas notas que foram publicadas na mídia (de uma forma geral) e as etapas requeridas para a realização do evento.

O segundo capítulo trata das reflexões teórico-conceituais que serviram de base teórica para a pesquisa. Inicialmente optou-se por uma breve discussão sobre o conceito e definições de turismo, os efeitos (positivos e negativos) que a atividade tem causado (ênfatizando os cenários socioeconômico e cultural), e os fatores que têm levado as pessoas a se deslocarem (ou viajarem) de suas residências até os atrativos.

Posteriormente, centrou-se a abordagem nos eventos, seus conceitos, tipologias, efeitos, passando para os eventos culturais, os quais apresentam, segundo as obras consultadas, maior integração da população que reside no local em que são realizados.

No item seguinte, discorreu-se sobre a Teoria das Representações Sociais, a qual foi desenvolvida por Serge Moscovici (cuja obra que apresentou a teoria foi publicada em 1961), aprofundada por Denise Jodelet (1989), aprimorada e trabalhada por Robert Farr (2002), Mary Jane Spink (1995; 2002), Celso Pereira de Sá (1995; 1996), e tantos outros pesquisadores que, por meio da Psicologia Social, visualizaram a importância de cientificar o que, até então, era considerado como “senso comum”.

O terceiro capítulo versa sobre as características da pesquisa, os procedimentos metodológicos adotados para que fossem definidos a seleção de sujeitos e os instrumentos de coleta e análises dos dados provenientes do campo.

No quarto capítulo são apresentados alguns trechos das entrevistas, as análises de conteúdo e os mapas conceituais que sintetizam as respostas e respectivas análises, seguindo-se para as considerações acerca do trabalho.

Por fim, cabe ressaltar que não se almejou encontrar respostas para todas as questões advindas da relação população - evento, mas o suficiente para aproximar Psicologia, Turismo e as derivações desta mescla de áreas e conceitos, no intuito de avançar as reflexões de ambas.

2 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA E DO OBJETO DE ESTUDO

Antes de mostrar o que é o evento Festival de Inverno da UFPR, é importante apresentar as características da área em que ele está inserido, os seus indicadores políticos, sociais e econômicos. Apesar do pequeno número de habitantes, Antonina é uma das cidades paranaenses mais antigas e já cooperou significativamente para as atividades econômicas do estado, tendo o seu complexo portuário, nos anos 1920, despontado no cenário do Estado do Paraná e até mesmo do Brasil.

2.1 APRESENTANDO ANTONINA, PARANÁ

A cidade de Antonina está localizada no litoral do Estado do Paraná (conforme Figura 1), a 80 quilômetros da capital, Curitiba (IPARDES, 2015). Possui uma área territorial de 876,551 km², e população de 18.891 habitantes, de acordo com o Censo 2010 (IBGE, 2010).



FIGURA 1 – LOCALIZAÇÃO DE ANTONINA.
FONTE: Organizado pela autora (2015).

O acesso rodoviário à cidade se dá pela BR-277 (Curitiba/Paranaguá) que leva à PR-408, ou pela BR-116 (São Paulo/Curitiba) que leva à PR-410, também conhecida por Estrada da Graciosa (IPARDES, 2015).

A sua história tem início há mais de 300 anos, pois, conforme a obra de Leão (1999), é em meados do século XVII que se tem o registro das primeiras famílias e atividades instaladas no então chamado Povoado de Guarapiracaba, as quais foram atraídas pela existência de ouro no litoral. Em 1648, o “Capitão-mor Gabriel de Lara concedeu três sesmarias no litoral de Guarapiracaba a três vultos dos mais preponderantes de sua facção: Pedro de Uzeda, Manoel Duarte e Antônio de Leão” (LEÃO, 1999, p. 21).

Entretanto, a povoação só ganharia maior expressão com a chegada do capitão Manoel do Valle Porto que, em 1712, começou a trabalhar as terras do Morro da Graciosa, na intenção de formar um sítio e requerer a propriedade para si, sendo atendida esta petição em 12 de janeiro de 1713 (LEÃO, 1999). O mesmo autor menciona que Valle Porto, proprietário de numerosos escravos, iniciou um trabalho de mineração e agricultura no seu sítio, cujo desenvolvimento atraiu outros colonos, formando o povoado de Guarapiracaba.

Leão (1999) observa que, embora as pepitas de ouro não fossem abundantes e parte da população tivesse migrado para outras regiões do Brasil, o capitão Manoel do Valle Porto estimulou o crescimento do povoado por meio da agricultura e da mineração, erigindo em 1714 uma capela em homenagem a Nossa Senhora do Pilar, demonstrando a independência religiosa em relação a Paranaguá. Em 6 de novembro de 1797, alcançou o povoado a sua emancipação política (LEÃO, 1999).

Por conter parte da história paranaense, em 2012 o Centro Histórico, a Baía e o Complexo das Indústrias Matarazzo foram tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), e inscritos no Livro do Tombo Histórico (IPHAN, 2015). Segundo o órgão, sua importância histórica reside na vinculação à primeira fase do chamado Ciclo do Ouro, que se deu antes da descoberta de ouro em Minas Gerais. Foi uma das primeiras áreas da Região Sul a ser explorada pela Coroa Portuguesa, visto que sua localização (que adentra o continente) era considerada estratégica para o controle territorial e a busca por índios e metais preciosos (IPHAN, 2015).

Após viver o Ciclo do Ouro, Antonina viveu os ciclos da madeira, do café e da erva-mate produzidos no interior do Estado do Paraná, passando pelos entrepostos em Curitiba e chegando aos portos de Antonina (ou Paranaguá) pela Estrada da Graciosa (DER-PR, 2014).

Ainda no contexto portuário, no ano de 1914 instalou-se no município o Complexo das Indústrias Matarazzo, o qual, além de porto e armazéns, tinha estruturas para o processamento de sal, trigo e açúcar, contando, inclusive, com uma vila para acomodar os seus funcionários (IPHAN, 2015).

A pujança econômica advinda das atividades portuárias foi profundamente afetada com a deflagração da II Guerra Mundial – que atingiu a demanda mundial por produtos – e com a evolução das embarcações marítimas que aumentaram a sua capacidade de carga, apresentando maior calado (IPHAN, 2015).

Outro complicador para a atividade foi o acelerado assoreamento da baía. De 1901 a 1978 a baía antoninense registrou uma taxa de deposição de sedimentos de 2,6 cm por ano, sendo resultado da ação antrópica no desmatamento da Serra do Mar na região das cabeceiras dos rios, das atividades de dragagem, bem como da interligação das bacias de drenagem dos Rios Capivari e Cachoeira para a construção de uma usina hidrelétrica que aumentou a vazão do Rio Cachoeira em 50%, interferindo na hidrodinâmica estuarina (ODRESKI *et al.*, 2003). Assim, os custos de operação portuária aumentaram já que se faz necessária a realização periódica de dragagens para a manutenção da profundidade nos berços de atracação (PARANÁ, 2013).

Embora a profundidade da baía ofereça menos vantagens para a atividade portuária, a sua superfície garante belas paisagens, junto aos morros que a circundam (Figura 2). É no intuito de preservar tais paisagens que o IPHAN a inscreveu no Livro do Tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico², assim como a formada pelos casarios antigos do Centro Histórico (IPHAN, 2015).

² Segundo consta no *site* do IPHAN, Antonina foi inscrita em dois Livros, a saber: no Livro do Tombo Histórico e no Livro do Tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico.



FIGURA 2 – PAISAGEM DA BAÍA DE ANTONINA VISTA DA PRAINHA.
FONTE: GONÇALVES, A. M. (2015).

No que tange aos aspectos naturais, Antonina possui diversidades do bioma Marinho Costeiro, pertencendo à Área de Preservação Ambiental (APA) de Guaraqueçaba (BRASIL, 1985). Segundo a lei que institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC), uma área classificada como de Preservação Ambiental é:

[...] em geral extensa, com um certo grau de ocupação humana, dotada de atributos abióticos, bióticos, estéticos ou culturais especialmente importantes para a qualidade de vida e o bem-estar das populações humanas, e tem como objetivos básicos proteger a diversidade biológica, disciplinar o processo de ocupação e assegurar a sustentabilidade do uso dos recursos naturais. (BRASIL, 2000).

É autorizada a exploração de produtos, subprodutos e serviços (dentre eles a visitação, recreação e o turismo) mediante a aprovação pelo órgão executor e desde que prevista no respectivo plano de manejo, o qual versará sobre “todo e qualquer procedimento que vise assegurar a conservação da diversidade biológica e dos ecossistemas” (BRASIL, 2000; BRASIL, 2002). Até mesmo o uso da imagem da Unidade de Conservação poderá ser cobrado pelo órgão executor, se a finalidade for o uso comercial, sendo excluídas as finalidades científica, educativa ou cultural (BRASIL, 2002).

No cenário social o município apresenta indicadores medianos. Segundo o caderno municipal, elaborado pelo Instituto Paranaense de Desenvolvimento

Econômico e Social (IPARDES, 2015), o índice de desenvolvimento humano (IDH) – que é formado a partir da média aritmética da expectativa de vida ao nascer, educação e produto interno bruto – referente ao ano de 2000 é de 0,687. Este número é considerado como de “médio desenvolvimento humano”, estando abaixo do IDH nacional (0,744) e equivalente ao de países como Botswana (0,683), Indonésia (0,684) e Palestina (0,686), conforme o *ranking* da Organização das Nações Unidas, a ONU (PNUD, 2014). O índice de Gini – que mede o grau de concentração de renda – ano-base 2000 é de 0,5676, informando que a renda não é perfeitamente distribuída (índice igual a zero), nem concentrada (índice igual a 1) (IPARDES, 2015). A renda média domiciliar *per capita*, que é o quociente do total de rendimentos mensais dos moradores do domicílio (em reais) pelo número de moradores, tendo por referência o ano de 2010, é de R\$ 555,16, e a taxa de analfabetismo em 2010 – entre as pessoas com 15 anos ou mais – de 8,67% (IPARDES, 2015).

Nos aspectos culturais percebeu-se que os antoninenses gostam de música, festas e outras atividades que reúnam pessoas. No âmbito musical, cita-se a Filarmônica Antoninense, fundada em 1975, que consiste numa escola de música em que os alunos têm aulas teóricas e práticas de instrumentos musicais, podendo integrar a banda ou a orquestra da Filarmônica (CASTILHO, 2010). Há também o Grupo de Seresta Canto do Mar, formado por pessoas que se reúnem às noites de sexta-feira no Mercado Municipal para cantar, junto com o público, músicas sertanejas, boleros, serestas e música popular brasileira (UFPR-ACS, 2014). O Grupo também se apresenta no evento “Jekiti Cultural”, cujo idealizador o define como sendo “um evento livre, realizado sempre no último domingo do mês, onde se pretende reunir produtores culturais, contadores de causos e principalmente pessoas dispostas a vivenciar o que Antonina tem de melhor: sua cultura” (JEKITI CULTURAL, 2015).

O Carnaval figura como uma festa muito esperada, pois as cinco agremiações existentes na cidade realizam pequenos eventos, mutirões e todo tipo de improviso na organização das alas, na elaboração das fantasias, carros, instrumentos musicais, dentre outros objetos necessários para que no dia do desfile tanto os integrantes das escolas de samba quanto os espectadores possam se divertir (KOMARCHESQUI, 2014). Além das escolas, há um sem-fim de blocos carnavalescos para todos os tipos e propostas.

Com relação ao turismo, Antonina integra a Região Turística do Litoral³ do Paraná e, como os outros municípios, possui fluxo de visitantes que, em sua maioria, residem em Curitiba e seu entorno (PARANÁ, 2008). Dentre os principais segmentos de turismo em Antonina citam-se: o turismo cultural, de eventos, o ecoturismo, turismo de aventura, o religioso, de lazer, até o científico por causa da Usina Hidrelétrica Governador Parigot de Souza, a maior hidrelétrica subterrânea do sul do Brasil (ANTONINA, [s. d.]). De acordo com o relatório municipal ([s. d.]), dentre os principais atrativos estão os rios do Nunes, Cachoeira e Cacatu, o Pico do Paraná, o centro histórico, a gastronomia, os recursos paisagísticos (ganhando destaque a baía), além dos eventos culturais, como o Carnaval, a Festa de Nossa Senhora do Pilar (padroeira da cidade) e o Festival de Inverno.

2.2 O FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR EM ANTONINA

O Festival de Inverno constitui uma política cultural, executada pela Universidade Federal do Paraná por meio da Coordenadoria de Cultura (vinculada à Pró-Reitoria de Extensão e Cultura), que tem como principal objetivo articular as práticas de pesquisa, ensino e extensão junto à comunidade (PICANÇO, 2014).

Promover a função de extensão da Universidade é, de acordo com o artigo 54 do Estatuto da UFPR ([s. d.], p. 24), “colaborar para o desenvolvimento material e espiritual da comunidade”. Desta forma, anualmente acontece o Festival de Inverno no município de Antonina, onde, durante oito dias do mês de julho, são realizados oficinas, cursos, espetáculos, promovendo a interação entre a população local, professores, ministrantes e estudantes (AKEL SOBRINHO; MULINARI, 2014).

Nas palavras de Justino (2002, p. 20),

O Festival de Inverno da UFPR é um espaço privilegiado no processo de trocas entre a universidade e a comunidade. [...] É um espaço por meio do qual a universidade abre suas portas à comunidade, levando aprendizado, aprendendo, transferindo tecnologia, ampliando o conhecimento, trocando experiências... Sem deixar por menos, é também um lugar privilegiado das grandes emoções.

O Festival surgiu a partir de uma necessidade sentida pelos coordenadores de Cultura e do Curso de Educação Artística, no ano de 1990, de formatar uma

³ A região é formada pelos municípios de Antonina, Guaraqueçaba, Guaratuba, Matinhos, Morretes, Paranaguá e Pontal do Paraná.

proposta cultural que atendesse às aspirações do público universitário nas áreas do fazer e do refletir artístico fora do ambiente de sala de aula (NASCIMENTO, 2002).

Segundo Nascimento (2002), os Festivais de Inverno realizados no Estado de Minas Gerais serviram de referência para a formatação do Festival de Antonina, sendo estruturado em três momentos: minicursos (cursos teóricos de pequena duração), oficinas (cursos práticos) e espetáculos, tendo participação dos grupos artísticos da própria UFPR. Tais atividades aconteceriam pela manhã, tarde e noite, durante a primeira semana de julho (NASCIMENTO, 2002).

A Universidade tinha seus objetivos. Da mesma forma, os gestores do município tinham a aspiração de colocar Antonina como “polo cultural para, através disso, ganhar força como polo turístico – na condição de cidade litorânea de paisagem natural e histórica importante”, já que as perspectivas no cenário econômico não existiam (GEMAEL, 1990⁴ *apud* NASCIMENTO, 2002, p. 25). Ambas as partes viram na realização do evento a possibilidade de alcançar seus intentos.

Sendo assim, a tranquila cidade de Antonina foi indicada para sediar o projeto, pois “nada melhor do que uma pequena localidade à beira-mar, com cheiro de muita história, pouco barulho e sem poluição” (NASCIMENTO, 2002, p. 24).

Nascimento (2002) acrescenta outros pontos positivos do município, a saber: disponibilidade de espaços físicos dos velhos barracões industriais e portuários desativados, a vontade da comunidade de participar, rica cultura local dos carnavais e sua tradição musical, com a Filarmônica Antoninense, além do apoio demonstrado pela prefeitura.

Reforça ainda que a cidade já havia obtido êxito ao sediar outros eventos culturais como: o 9º Encontro de Arte Moderna (promovido pela EMBAP, em 1977), o 1º Festival de Inverno de Antonina (realizado pela Secretaria de Estado da Cultura, em 1979) e a fase eliminatória do Festival de Música Todos os Cantos (promovido pelo Governo do Estado do Paraná, em 1982) (NASCIMENTO, 2002).

Para conhecer e compreender a realidade local, bem como fazer com que a cidade fosse parte integrante do projeto, foram realizadas várias reuniões com donos de restaurantes, proprietários de hotéis, maestro da Filarmônica, artesãos, carnavalescos, professores, diretores e inspetores da rede pública de ensino, prefeito, funcionários municipais, e até mesmo com o Diretor do Núcleo Regional de

⁴ Informação obtida por entrevista realizada por Nascimento (2000), constante da obra de Osinski e Justino (2002).

Educação da Secretaria Estadual de Educação, o qual revelou apoio irrestrito ao projeto, antecipando as férias escolares na região do litoral, possibilitando aos professores das cidades vizinhas a participação no evento (NASCIMENTO, 2002).

O mesmo autor afirma que a primeira edição do Festival aconteceu de 30 de junho a 7 de julho de 1991, momento em que se reuniram “pessoas de diferentes localidades e idades, criou questionamentos, reflexões, comunhões, contrastes e desafios. Deu uma nova anima à cidade de Antonina e à própria Universidade” (NASCIMENTO, 2002, p. 33).

O evento, por se tratar de um programa de extensão, passou a contribuir como um sensor das necessidades comunitárias, sendo possível atender as solicitações pelo viés da arte, permitindo o acesso às formas artísticas tanto àquele que faz, que constrói, como àquele que frui, que participa da arte enquanto consumidor, contemplador (JUSTINO, 2002, p. 12-15).

Para que esse evento aconteça, várias pessoas e instituições atuam desde muitos meses antes de sua realização. Uma longa sequência de ações, as quais podem ser sintetizadas no quadro a seguir.

PERÍODO	AÇÕES DESENVOLVIDAS
Não mencionado no documento consultado	É elaborado o projeto do Festival, aliando conceitos teóricos à prática, e encaminhado ao Ministério da Cultura para apreciação.
Não mencionado no documento consultado	Em caso de aprovação, o evento recebe os incentivos da Lei Rouanet.
Janeiro – fevereiro – março	A equipe de <i>design</i> gráfico elabora um pré-site para que sejam divulgadas as informações àqueles que pretendem se candidatar a ministrar oficinas ou apresentar espetáculos.
Março	Seleção de oficinas (pelas comissões especialistas nas áreas de: artes visuais, artes cênicas, música, dança, literatura e arte popular) e de espetáculos (pelas comissões de análise de espetáculos).
Abril	São feitos contatos e convites para professores de oficinas de aprimoramento e espetáculos de abertura e encerramento. Elaboração do <i>site</i> e de todos os materiais gráficos e de divulgação. A coordenação executiva inicia negociações de hospedagem e reservas de passagens aéreas e terrestres. A coordenação de infraestrutura providencia os materiais de consumo e materiais permanentes que serão utilizados durante o evento.
Maio – junho	Visitas técnicas em Antonina, junto à equipe do município, para viabilizar e organizar espaços.
Julho (pré-evento)	São realizadas inscrições nas oficinas e reservas para os alojamentos.
Julho	É instalado QG no Salão paroquial, onde as Coordenações executiva, administrativa, oficinas, infraestrutura e espetáculos trabalham em sintonia para que o Festival aconteça conforme o planejado.

QUADRO 1 – CRONOGRAMA DO FESTIVAL DE INVERNO

FONTE: A autora (adaptado de MURAKAMI; MION; CARLOS; VERCHAI; VOITENA, 2008, p. 13-14).

Tendo sido realizada a sua 24ª edição em 2014, verifica-se que ano a ano o Festival ganha importância no contexto da Universidade e do município:

[...] o Festival cresceu em conceito, densidade e reconhecimento, consolidando seu nome como um evento formador e transformador que possibilita a troca entre os saberes popular e acadêmico, abrindo para toda a comunidade a oportunidade de experimentar o fazer artístico. (GUIMARÃES; ROMANELLI, 2008, p. 11).

Outra contribuição relatada por Nascimento (2002, p. 38) é que durante o mês de julho, considerado de baixa procura por parte dos visitantes, o comércio local respira mais aliviado devido aos dias de evento. A movimentação contribui com a economia do município, assim como “com a geração de novos indicativos para seu desenvolvimento” (NASCIMENTO, 2002, p. 33).

Como apontado, o evento ganhou importância e quando ultrapassou a marca de dez anos — a 11ª edição recebeu o destaque de “primeira do novo milênio” — havia, segundo Nascimento (2002, p. 39), “necessidade de uma avaliação qualitativa e criteriosa dos resultados, ouvindo as comunidades participantes – professores, artistas, técnicos, alunos e principalmente os moradores da cidade de Antonina”.

Nesse sentido, buscou-se investigar nesta pesquisa, a partir da visão de mundo de alguns residentes, de que forma o evento tem sido concebido pela população e de que maneira este tem se relacionado com o turismo. Para tanto, aportes teórico-conceituais são necessários para fundamentar as análises.

3 REFLEXÕES TEÓRICO-CONCEITUAIS

O Festival de Inverno é um evento cultural promovido por uma instituição pública de ensino superior em um município de pequeno porte e que, através do aumento do fluxo de visitantes, influencia positivamente no turismo local, conforme apontado por estudos anteriores. O que se pretendeu com esta pesquisa foi investigar a representação social do evento na perspectiva dos residentes. Para servir de embasamento teórico-conceitual, são abordados os conceitos de turismo, eventos (ênfatisando os eventos culturais) e as representações sociais.

3.1 TURISMO: DEFINIÇÕES, EFEITOS E ATRAÇÕES

Turismo é um fenômeno que pode ser estudado sob o espectro de múltiplas disciplinas, como proposto por Jafari (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012). Apesar de as viagens acontecerem há muito tempo, as definições de turismo ainda estão em construção. Uma das primeiras é a proposta pelo economista austríaco Herman Von Schullard⁵, em 1910, definindo o turismo como “a soma das operações, principalmente de natureza econômica, que estão diretamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região” (WAHAB, 1977, p. 23).

Para Hunziker e Krapf⁶, o turismo não poderia apresentar algum caráter remuneratório, ou seja, vinculado ao trabalho ou exercício da profissão, já que turismo é “a soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e permanência de não-residentes, na medida em que estes não levam a residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória” (1942, *apud* BENI, 2004, p. 36).

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo é um “fenômeno social, cultural e econômico que implica o deslocamento de pessoas para países ou lugares fora do seu ambiente habitual para fins pessoais ou de

⁵ A referência completa (título, local e data de publicação) desta obra não foi fornecida pelo autor consultado.

⁶ HUNZIKER, W.; KRAPF, K. **Allgemeine Fremdenverkehrslehre**. Zurique: [s.n], 1942.

negócios/profissionais”⁷ e todas as atividades afetas ao deslocamento também integram o turismo (OMT, 2014, tradução nossa). A Organização ainda faz uma série de segregações com relação à duração das viagens, à forma de viagem, dentre outras, o que facilita os cálculos estatísticos, mas desconsidera os fatores subjetivos dos viajantes, das pessoas (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012).

Embora a própria Organização dê ênfase às vantagens, ganhos e aspectos que ressaltam o caráter econômico da atividade, é importante tomar a perspectiva adotada por Gastal (2000, p. 11), para quem o turismo,

[...] antes de ser um fenômeno econômico [...] é uma experiência social que envolve pessoas que se deslocam no tempo e no espaço em busca de prazer e diversão que atendam não apenas as suas necessidades físicas imediatas, mas também os seus imaginários.

Neste sentido, para a presente pesquisa, adota-se como conceito de turismo o cunhado por Oscar de la Torre (1992, p. 19), em que

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivo de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

O que para de la Torre são inter-relações, Lohmann e Panosso Netto (2012) colocam como impactos. Tendo em vista que o termo pode gerar discussões, optou-se por adotar a concepção de “efeitos” decorrentes do turismo.

O destino turístico em que seja possível encontrar vários atrativos culturais precisa estar preparado para os mais diferentes perfis de visitantes que irá receber, já que no próprio segmento identificam-se várias combinações de anseios e expectativas (PEREZ, 2009). Esses contatos estabelecidos entre visitantes e visitados podem desencadear efeitos tanto para os residentes quanto para os turistas. Perez (2009) relaciona algumas situações que emergem no contexto do turismo cultural, tais como: experiência psicossocial; processo de mercantilização da cultura; tendência para a nostalgia; curiosidade e aprendizagem; fuga para o “outro”;

⁷ Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes.

peregrinação moderna; procura de atrações histórico-culturais; indústria de representações de cultura.

Os efeitos não são exclusivos do segmento do turismo cultural, mas do turismo de uma forma geral. Para os visitantes o turismo traz compensações “dignas de reverência”, a saber: “saúde mental e física, categoria social e experiências diferentes e exóticas” (GRABURN, 1989, p. 56). Apropriando-se de uma analogia, diz-se que o turismo, enquanto forma de lazer, possibilita “beber de todas as fontes são de alegria e de vida, buscando recuperar o entusiasmo e a coragem para a tarefa que ele deverá retomar” (deputado Louis Gros⁸, 29 de março de 1921 *apud* BOYER, 2003, p. 100). Permite, ainda, o enriquecimento cultural, o crescimento intelectual, pessoal, e até mesmo experiência de vida, o que Swarbrooke (2000) identifica como prática de um turismo sensível, suave e inteligente.

Segundo Pearce (2001), na localidade anfitriã podem ser notados benefícios e malefícios em decorrência da atividade turística, sendo que tais efeitos ocorrem de forma diferente e com proporções variadas, dependendo, portanto, do nível de desenvolvimento local, ou ainda da quantidade de visitantes. As comparações elaboradas pelos residentes com relação às condições sociais, culturais e econômicas dos estrangeiros são inevitáveis, gerando um sentimento – variável, de análise subjetiva – denominado pelo autor “prosperidade diferenciada” (PEARCE, 2001).

Essas relações entre visitantes e anfitriões são consideradas por Nash (1989) como desiguais porque, enquanto o turista descansa, os residentes trabalham, o que o autor vê como diferenciação entre o sagrado do turista e o profano dos habitantes locais.

Outro fato que pode acontecer é a mercantilização da cultura, pois, considerando o sistema econômico vigente, em que “tudo aquilo no que se pode colocar preço pode ser comprado e vendido como mercadoria”, não residentes podem pagar uma taxa para participar de danças, rituais, festas e tantas outras manifestações culturais, sem saber o real significado dessas comemorações, transformando-os em uma mera atuação (GREENWOOD, 1989, p. 268).

⁸ O político francês fez uma analogia, como se o turismo fosse essencial como a água. Este trecho foi retirado de uma proposta legislativa publicada na França à qual apenas o autor, neste caso Boyer, teve acesso e, por isso, não se pode detalhar aqui as informações referentes a este pronunciamento para atender as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

O turismo também pode ser visto como uma forma de disseminação da cultura dos viajantes que moram nos grandes centros (polos emissores) para dentro do núcleo receptor, numa forma de invasão ou de ação imperialista (PEARCE, 2001; NASH, 1989). Entretanto, como já foi mencionado em outro parágrafo, o grau, ou intensidade, do impacto causado pelo turismo dependerá da discrepância de nível tecnológico apresentado entre o polo emissor e o local que receberá os turistas (PEARCE, 2001).

No que se refere à ordenação e organização da economia de serviços, alguns gestores locais tendem a se orientar pelo modelo do exterior, concentrando seus esforços no atendimento das exigências e demandas dos turistas – chamados pelo autor de forasteiros transitórios –, os quais desfrutam da abundância de tempo livre (NASH, 1989).

Ainda constam da lista de efeitos negativos do turismo: a sazonalidade, deixando ociosos diversos equipamentos; a apropriação de mão de obra com mínima especialização e, conseqüentemente, a baixa remuneração dos trabalhadores; incremento nos índices de furtos, roubos, assaltos e, até mesmo, atentados terroristas contra turistas, já que estes, por estarem fora de seu espaço habitual, são considerados “alvos fáceis”; comercialização de souvenirs sem vínculo com os elementos da cultura local; uso de entorpecentes, bebidas alcoólicas, prostituição e pedofilia (SMITH, 1989).

Nota-se que há críticas com relação ao turismo entre os sociólogos e antropólogos, conforme apontado nos parágrafos anteriores, o que é compreensível, já que tais áreas privilegiam as relações humanas, as quais são frágeis e passíveis de serem distanciadas do que se toma como normal, ou natural. A aculturação, segundo o Memorando para o Estudo da Aculturação, escrito por Redfield, Linton e Herskovits⁹ (1936 *apud* CUCHE, 1999), é “o conjunto de fenômenos que resultam de um contato contínuo e direto entre grupos de indivíduos de culturas diferentes e que provocam mudanças nos modelos (*patterns*) culturais iniciais de um ou dos dois grupos”, o que difere de mudança cultural, pois esta se refere às alterações de causa endógena (CUCHE, 1999, p. 115).

No entanto, há autores que evidenciam a existência de benefícios econômicos e sociais decorrentes da interação entre visitantes e visitados. Os mais

⁹ REDFIELD, R.; LINTON, R.; HERSKOVITS, M. Memorandum on the Study of Acculturation. **American Antropologist**, v. 38, n. 1, p. 149-152, 1936.

frequentemente apontados são os ganhos econômicos como a geração de emprego, renda e melhorias na infraestrutura (LICKORISH, 2000). Os visitantes quando consomem produtos ou contratam serviços acabam deixando divisas no destino, o que promove o giro da economia local, sendo beneficiados com o segmento do turismo cultural os pequenos artesãos, cooperativas, centros culturais, organizações não governamentais, além das microempresas e empresários individuais, os quais formam a maior parte do universo do comércio e serviços (FERRAZ, 2008).

A capacidade de auferir renda a partir de negócios fica mais notável na medida em que se percebe a potencialidade de criar fluxo de visitantes que efetuem gastos com bens e serviços relacionados à atividade turística (LAGE; MILONE, 2001). Muitas vezes os residentes conseguem se articular e se organizar para o trabalho, de maneira que este arranjo produtivo corrobora a redução da migração de pessoas de uma região menos desenvolvida para uma mais próspera, porque o turismo gera renda para tais pessoas (LICKORISH, 2000).

No que tange aos efeitos sociais positivos, o turismo permite o intercâmbio de culturas, ideias e percepções que, de certa forma, contribuem para a redução de conflitos e desentendimentos ou, ainda, de comportamentos de intolerância cultural (LICKORISH, 2000; COOPER *et al.*, 2001). Os contatos com outros idiomas e com formas diferentes de perceber a realidade e conceber a vida podem instigar os residentes a pesquisar e a aprender sobre os povos ou localidades de onde vêm os visitantes.

Irving (2002) elucida a abordagem na qual o segmento de turismo cultural é considerado como instrumento de desenvolvimento local, conforme o uso dos recursos disponíveis para preservar a cultura local. Assim, é gerado um turismo cultural sustentável que contribui para a ascensão da identidade cultural e da identidade nacional (SMITH, 1989).

Outro efeito positivo é a valorização do patrimônio cultural material e imaterial de uma localidade, pois surge um movimento cíclico, em que o turismo promove a preservação/conservação e estas, por sua vez, promovem o turismo (BARRETTO, 2001). A partir do aumento da quantidade de pessoas interessadas em seus saberes e fazeres, em suas práticas diárias e manifestações culturais, os residentes procuram resgatar os conhecimentos antepassados, ou, do ponto de vista organizacional, pode haver o engajamento das entidades públicas e privadas em

restaurar, conservar ou preservar “monumentos e prédios com valor histórico, diante de seu potencial de atratividade” (RUSCHMANN, 2000, p. 53).

A partir dos autores apontados neste tópico, estes efeitos e impactos podem ser sintetizados no quadro a seguir.

NEGATIVOS	POSITIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • Mercantilização da cultura (GREENWOOD, 1989, p. 260); • influência cultural sobre os residentes (PEARCE, 2001) • turismo Imperialista (NASH, 1989); • organização da economia local (NASH, 1989); • sazonalidade; mão de obra com baixa especialização - salários reduzidos; (SMITH, 1989); • aumento dos índices de furtos, roubos, assaltos e atentados terroristas (SMITH, 1989); • suvenires desvinculados da essência cultural local (SMITH, 1989); • uso de entorpecentes, bebidas alcoólicas (SMITH, 1989); • prostituição e pedofilia (SMITH, 1989). 	<ul style="list-style-type: none"> • Ganhos econômicos como a geração de emprego, renda (LICKORISH, 2000); • melhorias na infraestrutura (LICKORISH, 2000); • reforço da identidade (SMITH, 1989); • intercâmbio de ideias, culturas, percepções -> tolerância cultural (COOPER, FLETCHER, WANHILL, GILBERT; SHEPHERD, 2001; LICKORISH, 2000); • valorização do patrimônio cultural, material e imaterial (BARRETTO, 2001).

QUADRO 2 – EFEITOS NEGATIVOS E POSITIVOS DO TURISMO.
FONTE: Elaboração própria (2014).

Mesmo com todos esses benefícios, é necessário estabelecer que o modelo de exploração – aqui no sentido de usar e aplicar recursos disponíveis – da atividade não contemple apenas os interesses dos investidores ou dos turistas, mas que seja o mais proveitoso para a população.

O turismo como prática econômica precisa, no entanto, encontrar formas mais respeitadas de se inserir no cotidiano das comunidades receptoras. É fundamental que os investimentos sejam adequados à vocação do lugar, possibilitando à população participar e usufruir de seus resultados. (MURTA; ALBANO, 2002, p. 10).

Nesse contexto, os visitados — a população local — são os detentores da atração turística, pois eles vivem em um determinado espaço que possui uma

característica específica, seja ela natural ou construída, que chama a atenção do turista (PEARCE, 2001). Lohmann e Panosso Netto (2012) afirmam que ainda não há um consenso com relação à definição das atrações turísticas, mas que é possível identificar algumas categorias às quais elas podem pertencer, como seguem de forma resumida no quadro abaixo:

CATEGORIA	CARACTERÍSTICA PRINCIPAL	EXEMPLOS
Natural	Espaços naturais, podendo ser gerenciados pelo homem ou deixados ao natural.	Praias, parques, rios, montanhas.
Construída	Criadas pela obra humana.	Torre Eiffel, Cristo Redentor.
Nodal	Localização em um ponto específico.	Coliseu, Brasília.
Linear	Dispersões lineares que requerem atenção especial no quesito acessibilidade a fim de garantir que os visitantes possam transitar em toda a área para aproveitar as atrações existentes.	Região costeira.
Permanente	Encontradas em qualquer época do ano.	Hidrelétrica de Itaipu, Cataratas do Iguaçu.
Temporária	Ocorrem em determinados períodos do ano, sazonais.	Jogos Olímpicos, Copa do Mundo.
Categorias Cognitivas	Também chamada de perceptual.	Envolve os aspectos educacionais, aventura e recreação.
Públicas, Privadas, Voluntárias	Refere-se ao tipo de organização que administra a atração.	Órgão governamental, empresa privada ou organização do terceiro setor.
Gratuitas ou Pagas	Cobram ou não uma taxa de ingresso ou uso da atração. Há casos em que se sugere uma pequena contribuição para manutenção.	Museus, praias, praças (gratuitos). Galerias de arte, feiras.

QUADRO 3 – CATEGORIAS DE CLASSIFICAÇÃO DAS ATRAÇÕES TURÍSTICAS
 FONTE: Adaptado a partir de Lohmann e Panosso Netto (2012, p. 396-397).

Essas atrações podem pertencer a mais de uma categoria simultaneamente, e dependendo da sua singularidade podem se transformar no ícone de um destino, como é o caso da Estátua da Liberdade, em Nova Iorque, ou o Big Ben, em Londres (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012). Sobre esse grau de peculiaridade dos atrativos, Ruschmann (2000) cita uma forma de classificar as atrações em hierarquias, sendo a hierarquia 3 a maior de todas – em que há a atração

excepcional, provocando intenso fluxo de turistas estrangeiros, ou seja, interferindo no mercado turístico internacional – e a hierarquia 0 a menor – para as atrações que, apesar de integrarem a oferta turística, não produzem fluxo internacional, nacional ou local.

A busca por conhecer *in loco* os atrativos é o motivo pelo qual viajam os turistas, os quais passam por processos de tomada de decisão quando se escolhe determinado destino (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012). Segundo os autores Lohmann e Panosso Netto (2012, p. 248), as escolhas dos turistas são baseadas em dois fatores: os determinantes e os motivadores. Os fatores determinantes são aqueles que atuam como facilitadores ou como entraves da viagem, como, por exemplo, as sugestões de amigos, campanhas de marketing turístico, preços, cenários econômicos e políticos tanto da origem quanto do destino – estes são considerados fatores determinantes de caráter externo – ou ainda a renda pessoal/familiar, saúde, compromissos profissionais, conhecimentos acerca do destino, preferências por determinadas culturas, medo de alguns modos de transporte, experiências com viagens passadas – neste caso, tratam-se de fatores determinantes de âmbito pessoal.

Fatores motivadores (ou motivacionais) são, segundo Lohmann e Panosso Netto (2012, p. 249), aqueles que revelam as necessidades pelas quais as pessoas viajam, podendo ter origem:

- física: descanso, saúde, esportes e demais ações que reduzam a tensão do cotidiano;
- cultural: intuito de aprender algo novo, incluindo aí a cultura, o idioma, os costumes;
- interpessoal: conhecer novas pessoas, visitar parentes e amigos;
- *status*/prestígio: satisfação de ego e autoestima, mostrar que viaja para os mesmos lugares que seus pares (mantendo a sua permanência no círculo de amigos e colegas) ou lugares diferentes (reforçando a sua distinção dentro do grupo).

Tais motivações podem ser: múltiplas, pertencendo a mais de um dos fatores; variáveis, pois o turista pode alterar a sua preferência ao longo do ano, ou ainda passar por uma situação como casamento, nascimento de filhos, e tantas outras circunstâncias que interferem na vida da pessoa; ou compartilhadas, no caso

das viagens em grupo de amigos, em família ou pacote turístico (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012).

Uma abordagem anterior a esta é a elaborada por Wahab (1977, p. 85), para quem as motivações turísticas podem ser gerais (quando se busca o descanso, a reconstituição da saúde mental e a quebra da rotina) ou podem ser seletivas, sendo que, nesta categoria, a escolha do destino se dará por motivos que transcendem a necessidade das férias, tais como: “segurança, afinidade com a língua, amizade no local, moda ou mesmo um custo inferior”.

Desta forma, considerando o homem como um ser integrado, cheio de subjetividades, e algumas condições que estão fora de seu controle, torna-se complexa a ação de estabelecer padrões exatos de comportamento, embora seja possível encontrar na literatura teorias que definem o perfil do turista e o colocam em categorias, como é o caso das teorias dos pesquisadores Edward Cohen (1972¹⁰ *apud* LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012), Stanley Plog (1990¹¹ *apud* LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012)) e Valene Smith¹² (1977). Por essa razão, Lohmann e Panosso Netto (2012, p. 273) apontam algumas críticas como:

- as tipologias são amplas, simplistas e estereotipadas, não abarcando todos os cenários complexos encontrados no mundo real;
- as tipologias não permitem deduzir que um mesmo turista possa apresentar diferentes classificações, de acordo com o momento vivido ou estado de espírito em que ele se encontra;
- as teorias inferem que o comportamento do turista durante as férias será o reflexo de sua personalidade do dia a dia;
- as tipologias foram definidas com base no mercado europeu e mercado norte-americano, não sendo aplicáveis às características dos mercados de outras regiões;
- o uso de amostragem pequena para o desenvolvimento de teorias que buscam generalizações.

¹⁰COHEN, E. Toward a sociology of international tourism. **Social Research**, v. 39, p. 31-46, 1972.

¹¹PLOG, S. A carpenter's tools: an answer to Stephen L. J. Smith's review of psychocentrism/allocentrism. **Journal of Travel Research**, v. 28, n. 4, p. 43-45, 1990.

¹²A Teoria foi publicada em 1977, mas a obra consultada para elaboração desta dissertação é a versão em Espanhol, cuja data é de 1989.

E assim, aplicando alguns dos conceitos anteriormente expostos ao município de Antonina e ao Festival de Inverno, tem-se que o destino possui atrativos naturais, os quais são públicos e permanentes. Já o Evento é temporário, com aspectos cognitivos, de parceria público-privada e que na última edição — de 2014 — não foram cobradas taxas de seus participantes. Quanto à classificação apresentada por Ruschmann, tanto o destino quanto o evento figuram como sendo de baixo índice hierárquico, mas ainda assim tem se revelado ser de importância para os residentes e motivam turistas – e neste caso optou-se por dispensar a classificação em tipologias – a se deslocarem de suas residências para apreciá-los, pois, como expressa Eduardo Yázigi (2002, p. 24) na sua maneira de interpretar a alma dos lugares: “fazer turismo não significa obrigatoriamente frequentar lugares fabricados por sua indústria, mas dirigir-se para qualquer outro cotidiano também repleto de rotinas dos outros, que por sua vez reivindicam um movimento inverso...”. Nesta afirmação, o autor defende que visitantes e visitados podem querer trocar informações e experiências, compartilhando seus espaços e vivências durante todo o ano ou durante um momento específico, como é no caso dos eventos.

3.2 EVENTOS: DEFINIÇÕES, TIPOLOGIAS E DEMAIS ASPECTOS INERENTES

Inicialmente, ao pesquisar sobre um evento em específico, infere-se que será abordado o segmento de Turismo de Eventos, o qual é compreendido como o conjunto de atividades realizadas por pessoas que viajam com o intuito de participar dos diversos tipos de eventos que visam ao aperfeiçoamento ou atualização de conhecimentos no âmbito profissional, cultural, religioso, técnico, operacional (ANDRADE, 2001).

Para o Ministério do Turismo (2006, p. 13) é possível que os eventos sejam abarcados pelo segmento de turismo cultural, visto que este “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”. Do ponto de vista da motivação, o segmento de turismo cultural é aquele cujos deslocamentos se dão à “procura por estudos, cultura, artes cênicas, festivais, monumentos, sítios históricos ou arqueológicos, manifestações folclóricas ou peregrinações” (BARRETTO, 2001, p. 20).

Entretanto, para a presente pesquisa, elegeu-se como mais apropriado não se aprofundar no estudo dos segmentos, mas pesquisar sobre eventos mais objetivamente.

Os eventos podem ser compreendidos como:

[...] ação do profissional mediante pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implantação de um projeto, visando atingir seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados;
 [...] conjunto de atividades profissionais desenvolvidas com o objetivo de alcançar o seu público-alvo pelo lançamento de produtos, apresentação de uma pessoa, empresa ou entidade, visando estabelecer seu conceito ou recuperar sua imagem;
 [...] realização de um ato comemorativo, com a finalidade mercadológica ou não, visando apresentar, conquistar ou recuperar o seu público-alvo;
 [...] soma de ações previamente planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos perante seu público-alvo. (MATIAS, 2010, p. 105-106).

Giácomo (1993, p. 54) define evento como “acontecimento previamente planejado, a ocorrer num mesmo tempo e lugar, como forma de minimizar esforços de comunicação, objetivando o engajamento de pessoas a uma ideia ou ação”. Para Meirelles (1999, p. 21), evento é

Um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia.

Os eventos podem ser classificados de acordo com vários aspectos. Com relação ao público, podem ser: fechados (destinados a um público delimitado e específico, geralmente convidado ou convocado a participar) ou abertos, sendo que neste último caso subdividem-se em: aberto por adesão (necessária a inscrição gratuita ou inscrição mediante pagamento de taxa) ou aberto em geral, o qual proporciona a participação de um público amplo, diverso, composto por todas as classes que alcançar (MATIAS, 2010).

Com relação à área de interesse, Matias (2010) cita que podem ser divididos em: artístico (envolvendo atividades como pintura, música, poesia, literatura, escultura, artes cênicas, por exemplo); científico; cultural; cívico (tratando de assuntos relacionados à pátria); desportivo; folclórico (disseminando as manifestações culturais sob as suas diversas formas como: lendas, tradições, costumes típicos); lazer; promocional (voltado às ações de Marketing); religioso;

turístico (associando os recursos turísticos com as viagens de reconhecimento – famtours). Bahl (2004b, p. 21) salienta que “alguns eventos podem se enquadrar em várias áreas de interesse ao mesmo tempo”.

Quanto às tipologias, Matias (2010) relaciona vários tipos de eventos, tais como: feira, exposição, encontro, congresso, jornada, fórum, seminário e tantos outros. Por fim, a autora menciona a classificação em relação ao número de participantes: pequeno (até 150 participantes); médio (entre 150 e 500 participantes); grande (entre 500 e 5000 participantes); megaeventos são aqueles que, dentre outras características, contam com mais de cinco mil participantes.

Assim, assumindo as mais variadas tipologias, quantidade de participantes e finalidades, os eventos têm servido como objeto de estudo de diversas áreas como: marketing; comunicações; relações públicas; publicidade e propaganda; secretariado executivo (no que tange ao cerimonial e protocolo, principalmente); e, dentre outras, o turismo. De acordo com Bahl (2004b, p. 15):

O setor de eventos é um dos mais dinâmicos para movimentar a economia de uma localidade e os seus desdobramentos se expressam de diversas maneiras, seja através de benefícios econômicos de diversas ordens, sejam os mais identificados à prestação de serviços turísticos [...]. Ao mesmo tempo, verifica-se que boa parcela da população se envolve diretamente com a atividade principalmente na sua fase de execução, além de que outros profissionais acabam por se beneficiar. Ao exigir mão-de-obra qualificada expande as possibilidades profissionais e insere personagens de diversas ordens.

Os eventos podem ainda se caracterizar como um produto porque, em alguns casos, um evento pode “ser inovador, satisfazer as necessidades do público, criar expectativas, ser acessível a um grande número de pessoas, possuir um nome de fácil memorização e um forte apelo promocional” (MELO NETO, 1999, p. 56).

Do ponto de vista da importância dos eventos, Bahl (2004b) aponta que geram resultados sociais, culturais, econômicos e comerciais tanto para as localidades quanto para os promotores. Dentre esses aspectos, o autor destaca que os eventos:

- reduzem a sazonalidade;
- podem se configurar como o motivo do deslocamento (atrativo);
- agregam valor à oferta turística;
- levam ao aumento da permanência dos participantes na localidade receptora;

- fazem com que o *trade* atue na localidade da sede como nas cidades de onde se deslocam os participantes;

- permitem que o participante seja mais que espectador, mas que participe de forma interativa das atividades durante a execução destas.

Em alguns municípios é possível notar a ocorrência de fenômenos como a sazonalidade, entendida esta como “Fenômeno em que há a concentração do turismo no tempo e no espaço” (RUIZ, 1997¹³ *apud* NERI, 2003). Assim, tais localidades apresentam temporadas em que há altíssima demanda de turistas e visitantes e momentos do ano em que apenas os residentes ocupam as instalações e equipamentos disponíveis. Neri (2003) descreve a sazonalidade como um dos problemas da atividade turística, havendo, portanto, um período em que ocorrem fenômenos de saturação (congestionamento em estradas, carência no abastecimento de água e energia elétrica, sobrecarga no sistema de esgoto, aumento de poluição das águas e ruídos) e, em momentos de baixa temporada, a falta de demanda por produtos e serviços ocasionam o encerramento das atividades de empresas e, por conseguinte, o aumento do desemprego local.

É neste contexto que os eventos, ao possuírem característica de atrativo turístico, contribuem para melhoria dos efeitos causados pela baixa temporada, pois geram fluxo de visitantes.

Dependendo do formato, um evento pode atuar isoladamente como atividade de negócio, como atrativo turístico, como opção de entretenimento, ou aglutinando tais características ao mesmo tempo. Em paralelo, atua gerando fluxo de pessoas e movimentando a economia das localidades fora da temporada turística ou não, servindo também como complementação da oferta turística de atrativos ou como motivo principal para os deslocamentos (BAHL, 2004b, p. 23).

Nesse trecho, o autor afirma que os eventos são grandes aliados para a mitigação dos efeitos da sazonalidade, o que é encontrado nas regiões litorâneas durante o inverno. Assim, eles podem conferir a um determinado local, município, região, uma vivacidade proveniente das festividades, espetáculos, e interação entre as pessoas, aproveitando os recursos – principalmente aqueles relacionados à população – que, em tese, se encontram subutilizados nessa época.

¹³ RUIZ, C. V.; ARMAND, E. H. **Estructura y Organización del mercado turístico**. Madri: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 1997.

Ao participar de um seminário ou encontro, por exemplo, os visitantes mantêm contato com os atrativos, com a paisagem, com a infraestrutura urbana, enfim, com toda a atmosfera da cidade-sede e isto faz com que, conforme a experiência obtida, os participantes sejam potenciais propagadores dos locais visitados quando compartilham suas percepções com aqueles que lhes são próximos e, desta forma, os eventos atuam como ferramenta na projeção de imagens positivas sobre as cidades-sede (SEMEDO, 2008). Tais benefícios do evento como um instrumento de promoção turística não são “mensuráveis de imediato” (BARRY; MULES, 2001, p. 271).

3.3 EVENTOS CULTURAIS: COMBINANDO CULTURA E EVENTOS

Como apontado anteriormente, os eventos podem ser classificados quanto à tipologia, tamanho, público-alvo, ou ainda quanto à área de interesse. Nesta pesquisa se buscou abordar uma área de interesse dos eventos: a de cunho cultural. Getz¹⁴ (2000 *apud* SEMEDO, 2008) verifica em sua análise sobre publicações relacionadas à gestão de eventos que a maior parte delas está relacionada a questões econômicas, de marketing, motivações para o deslocamento de visitantes e também sobre megaeventos, havendo, portanto, uma carência de materiais sobre eventos culturais.

Para introdução deste tema, cabe visitar o conceito de cultura mesmo que de forma não aprofundada, se considerada a diversidade de áreas que a estudam e as várias formas de compreensão do tema.

O termo cultura tem sua raiz no latim e tem como significado o cuidado dispensado ao campo ou ao gado (CUCHE, 1999, p. 19), mas esta conotação foi se alterando ao longo do tempo. Ao final do século XVIII, os iluministas franceses colocavam-na como “estado de espírito cultivado pela instrução”, introduzindo uma relação dicotômica entre o estado natural (em que o homem é orientado pelos seus instintos) e o estado culto, o que leva a apropriar o termo “cultura” praticamente como sinônimo do termo “civilização”, que, por sua vez, estava vinculada à

¹⁴ GETZ, D. Developing a research agenda for the Event Management Field. In: Events Beyond 2000: setting the agenda proceedings of a Conference on Event Evaluation, Research and education. **Annals**. Sydney, 2000. p. 10-21.

evolução, educação, progresso, que eram o centro do pensamento da época (CUCHE, 1999).

Desta forma, “a noção de cultura se revela, então, o instrumento adequado para acabar com as explicações naturalizantes dos comportamentos humanos” (CUCHE, 1999, p. 10). Os culturalistas afirmam que nada é instintivamente do homem, sendo as funções vitais, como o correr, andar, dormir, o modo de se alimentar, copular, manifestar (ou não) o desejo sexual, dentre tantas outras formas de satisfazer as necessidades fisiológicas, informadas pela cultura (CUCHE, 1999, p. 90), já que “as sociedades não dão exatamente as mesmas respostas a estas necessidades” (CUCHE, 1999, p. 11).

Claval (2014, p. 71) é o autor que melhor define o que é cultura, pois, para ele, cultura é “a soma dos comportamentos, dos saberes, das técnicas, dos conhecimentos e dos valores acumulados pelos indivíduos durante suas vidas e, em outra escala, pelo conjunto dos grupos de que fazem parte”. Embora seja transmitida de uma para outra geração, a cultura pode evoluir quantas vezes forem detectadas as necessidades de alterações, o que vem a ser denominado “processo de criação” (CLAVAL, 2014, p. 95).

Willians¹⁵ (1976 *apud* PEREZ, 2009) identifica três perspectivas de entender e utilizar o conceito de cultura: a antropológica, a sociológica e a estética. Para o autor, na perspectiva antropológica, a cultura é entendida como modo de vida, ou seja, como os seres humanos pensam, dizem, fazem, fabricam, manuseiam objetos. É na Antropologia que distintas culturas possuem dignidades equivalentes, isto significa afirmar que cada cultura tem o seu valor e importância, não sendo a cultura de um povo que vive nos centros urbanos melhor que a cultura daqueles que moram nos vilarejos afastados (CUCHE, 1999). O mesmo autor comenta que, embora alguns antropólogos tenham teorizado sobre o estabelecimento de um sistema hierárquico de culturas, ou, ainda, o credo de que determinada cultura era a única válida, o denominado etnocentrismo, atualmente adota-se a equidade entre as culturas, conhecida como relativismo cultural.

A perspectiva sociológica trata a cultura como um campo de ação específico, em que se considera a produção e consumo de atividades culturais, semelhantes aos outros bens de consumo, adquiridos pela massa, enquanto que o terceiro ponto

¹⁵ WILLIAMS, R. **Keywords:** a vocabulary of culture and society. London: Croom Helm, 1976.

de vista, o do uso estético, está ligado às atividades intelectuais e artísticas como a música, a literatura, o teatro, o cinema, a arquitetura, a pintura e a escultura (WILLIANS¹⁶, 1976 *apud* PEREZ, 2009).

Neste sentido, para esta pesquisa assume-se que as três perspectivas apontadas acabam se entrelaçando, não havendo uma melhor que a outra, visto que o indivíduo pertence a uma determinada sociedade, produz cultura e consome cultura das mais variadas formas, ficando mais evidente a cultura sob a forma de atividades intelectuais e artísticas, as quais podem ser oferecidas separadamente ou em conjunto, podendo conformar eventos.

Para Getz (1991a¹⁷; 1991b¹⁸ *apud* RIBEIRO *et al.*, 2005, p. 64), um evento cultural pode ser compreendido como “um conjunto de atividades concentrado num curto período de tempo, com um programa pré-definido, podendo ser de múltiplas temáticas e dimensões”. Dentro deste conjunto de atividades são abarcados distintos gêneros de música, cinema, dança, literatura, poesia, dramaturgia etc., ou, ainda, as mais variadas combinações de formas de arte (GRATTON; TAYLOR¹⁹, 1995 *apud* RIBEIRO *et al.*, 2005, p. 64).

Na perspectiva das artes tais eventos permitem resultados favoráveis, assim como na perspectiva ambiental, pois:

A literatura sugere que o turismo de festivais minimiza os impactos negativos do turismo, contribui para o desenvolvimento sustentável, melhora os relacionamentos entre residentes e convidados, e ajuda a preservar o ambiente natural, cultural, ou social²⁰. (JEPSON; WILTSHIER; CLARKE, 2008, p. 6, tradução nossa).

Além da preservação, a celebração de festivais possibilita: a renovação e revitalização dos lugares e das regiões em nível econômico e em nível paisagístico;

¹⁶ WILLIANS, R. **Keywords**: a vocabulary of culture and society. London: Croom Helm, 1976.

¹⁷ GETZ, D. **Festivals special events and tourism**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991a.

¹⁸ GETZ, D. Special events. In: MEDLIK. S. (Ed.). **Managing tourism**. Oxford: Butterworth Heinemann, 1991b.

¹⁹ GRATTON, C.; TAYLOR, P. D. Impacts of festival events: a case-study of Edinburgh. In: ASHWORTH, G. J.; DIETVORST, G. J. (Ed.). **Tourism and spatial transformations**: implications for policy and planning. London: CAB International, 1995.

²⁰ The literature suggests that festival tourism minimizes the negative impacts of tourism, contributes to sustainable development, fosters better relationships between hosts and guests, and helps to preserve sensitive natural, cultural, or social environments.

a influência positiva na imagem externa e interna; diversificação da oferta turística, de modo a captar novos segmentos da procura e/ou renovar o interesse de visitantes já habituais (RIBEIRO *et al.*, 2005, p. 63). Por se configurar praticamente em ferramenta estratégica, justificam-se os investimentos do setor público e da iniciativa privada, tanto na vertente turística quanto na vertente cultural (RIBEIRO *et al.*, 2005).

Para a população local, nos eventos culturais, quando se consideram os aspectos da comunidade, pode ser satisfeita qualquer combinação dos anseios dos residentes e dos visitantes, tais como recreação, socialização, cultura, educação, ou ainda evidenciar uma necessidade interna (como campanhas arrecadatórias), fomento à agricultura, geração de divisas por meio do turismo (MAYFIELD; CROMPTON²¹, 1995 *apud* SEMEDO, 2008).

Há festivais cuja motivação é cultural, artística ou educativa e os que residem na cidade-sede, ou seu entorno, constituem o seu público-alvo. Assim, “o interesse maior reside em permitir à comunidade local assistir a atuações artísticas de elevada qualidade durante um curto período de tempo, uma vez que para muitas regiões seria impossível manter este tipo de espetáculos ao longo de todo o ano” (GRATTON; TAYLOR²², 1995 *apud* RIBEIRO *et al.*, 2005, p. 63). Some-se ainda que a partir desses eventos culturais se consegue, periodicamente, renovar a forma de vida de uma população, valorizando-a e ratificando suas instituições (JEPSON; WILTSHIER; CLARKE, 2008, p. 7).

Outro aspecto a ser mencionado é que durante a realização das atividades que integram os eventos, os residentes podem evidenciar o sentimento de pertença ao lugar em que vivem (sentido de lugar). À medida que tais manifestações são percebidas pelos visitantes, aspectos da cultura local são reforçados (DERRETT²³, 2003 *apud* JEPSON; WILTSHIER; CLARKE, 2008). Ainda para Derret (2003 *apud* JEPSON; WILTSHIER; CLARKE, 2008, p. 7), “Se direcionado no caminho certo, os

²¹ MAYFIELD, T.; CROMPTON, J. Development of an instrument for identifying community reasons for staging a festival. **Journal of Travel Research**, v. 33, n. 3, p. 37-44, 1995.

²² GRATTON, C.; TAYLOR, P. D. Impacts of festival events: a case-study of Edinburgh. In: ASHWORTH, G. J.; DIETVORST, G. J. (Ed.). **Tourism and spatial transformations: implications for policy and planning**. London: CAB International, 1995.

²³ DERRETT, R. Making sense of how festivals demonstrate a community's sense of place. **Event Management**, v. 8, p. 49-58, 2003.

festivals podem resultar em um serviço muito útil para a comunidade, melhorando tanto as relações do grupo quanto de lugar” (Tradução nossa)²⁴.

Ribeiro *et al.* (2005) afirmam que a conciliação dos interesses de todos, assim como a participação ativa da população em todo o processo da realização do evento cultural, é, sem dúvida, fundamental para a tradução da atividade turística em desenvolvimento local.

Siqueira (2009, p. 24), em sua dissertação, ressalta que investigar um evento artístico e cultural a partir do discurso da comunidade local pode subsidiar as diferentes formas de interpretação sobre a organização e a operacionalização desse acontecimento, e também mostrar a inclusão ou exclusão social.

Este fator de inclusão ou exclusão social está estritamente relacionado ao conceito de desenvolvimento. Segundo Milone (2004), o desenvolvimento, dentro da área de estudo das Ciências Econômicas, abrange a relação que pode existir entre o que foi produzido e o estado em que se encontram as pessoas que contribuíram – por meio do emprego de sua força de trabalho, de aportes financeiros e, até mesmo, pela abnegação ao estilo de vida que gostariam de levar – para o crescimento da economia.

Para este mesmo autor, a mensuração do desenvolvimento deve envolver índices que representem a qualidade de vida dos indivíduos, como: renda *per capita*, expectativa de vida, mortalidade infantil, fertilidade, educação, analfabetismo, distribuição de renda entre diferentes classes e setores, poder político, entre outros (MILONE, 2004).

Amartya Sen (2000) defende que investir na qualidade produtiva de todos os envolvidos no processo econômico, em longo prazo, torna-os mais produtivos, contribuindo diretamente no processo de expansão econômica. Desta forma, afirma que um país, uma província, município, distrito, uma localidade, poderá alcançar resultados econômicos e sociais, concomitantemente, a partir de investimentos na qualidade humana. Assim, não se obterá apenas o desenvolvimento, mas também a liberdade da população para viver a vida que almeja.

Em municípios com populações não tão numerosas e que demonstrem baixos índices de desenvolvimento (de produtividade, escolaridade, expectativa de vida ao nascer, geração de emprego e renda, dentre tantos outros), não somente o

²⁴ “if directed in the right way festivals can perform a very useful community service by enhancing both group and place identity” (DERRET, 2003 *apud* JEPSON; WILTSHIER; CLARKE, 2008, p. 7).

turismo tem a colaborar para melhoria da qualidade de vida, mas também os eventos, principalmente os culturais, haja vistas as contribuições anteriormente apontadas.

Constatou-se que Antonina, no litoral do Paraná, é um município onde há o aumento do fluxo de visitantes durante a ocorrência de eventos como o Carnaval, a Festa da Padroeira e o Festival de Inverno. Nestes dias, além do aumento da demanda por produtos e serviços (incluindo os turísticos), que resulta na geração de oportunidade e renda, os residentes têm a possibilidade de desfrutar das atrações atinentes aos eventos, seja assistindo, seja participando, desfrutando de momentos de evasão do cotidiano. Este, por sua vez, pode ser estudado cientificamente, através de abordagens como a que é dada pela Psicologia Social e a Teoria das Representações Sociais.

3.4 AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: INTERPRETANDO A REALIDADE

Souza Filho (1995) menciona que a Teoria das Representações Sociais (TRS) surgiu em 1961 com a publicação da obra “La Psychanalyse, son image, son public”, elaborada pelo psicólogo romeno Serge Moscovici, cujo objetivo principal era conhecer a representação social da Psicanálise a partir de coletas de dados e análise das publicações da imprensa católica francesa, imprensa comunista francesa na época.

Com esta obra, o autor queria explicitar a sua reação aos preceitos das abordagens behavioristas, as quais tratavam o objeto dissociado do sujeito (ABRIC, 2000, p. 27). Ele buscava o resgate de três dimensões importantes e deixadas de lado pela Psicologia e pela Sociologia, a saber: “o papel do sujeito como produtor de sistemas simbólicos e sociais; a ênfase ao estudo de sistemas simbólicos e complexos; e as interações intra e intergrupos e o funcionamento e mudança da sociedade” (SOUZA FILHO, 1995, p. 110).

Moscovici (2011, p. 42-43) afirmava que era necessário ver o homem enquanto ser pensante, que tenta conhecer e compreender as coisas que o circundam, que faz perguntas e procura respostas, sendo, portanto, superior ao ser que apenas processa informação e molda seu comportamento. Nas palavras do autor:

O que estamos sugerindo, pois, é que pessoas e grupos, longe de serem receptores passivos, pensam por si mesmos, produzem e comunicam incessantemente suas próprias e específicas representações e soluções às questões que eles mesmos colocam. Nas ruas, bares, escritórios, hospitais, laboratórios, etc. as pessoas analisam, comentam, formulam “filosofias” espontâneas, não oficiais, que têm um impacto decisivo em suas relações sociais, em suas escolhas, na maneira como eles educam seus filhos, como planejam seu futuro, etc. Os acontecimentos, as ciências e as ideologias apenas lhes fornecem o “alimento para o pensamento” (MOSCOVICI, 2011, p. 45).

A tese de Moscovici bem como os atributos de sua teoria são resultantes de suas análises com relação às “Representações Coletivas”, do sociólogo Émile Durkheim (MOSCOVICI, 2011). Segundo Lane (1995), Moscovici buscou ser reativo às concepções de Durkheim, pois este estabelecia uma dicotomia entre o indivíduo e a sociedade, o conhecimento fragmentado do ser humano e a separação artificial entre as ciências sociais. As pessoas interagem umas com as outras, e com os grupos, organizações e instituições existentes no seu contexto social, sendo uma interação de via dupla: “o indivíduo tanto é um agente de mudança na sociedade como é um produto dessa sociedade” (FARR, 2002, p. 51).

Minayo (2002, p. 90) discorre que Durkheim, sociólogo que defendia a superioridade da sociedade sobre o indivíduo, foi um dos primeiros autores a trabalhar com o conceito de representações sociais, embora tenha utilizado o termo Representações Coletivas, o qual se refere a “categorias de pensamento através das quais determinada sociedade elabora e expressa sua realidade”.

Para Durkheim (1978, p. 79), “as representações coletivas traduzem a maneira como o grupo se pensa nas suas relações com os objetos que o afetam”. Elas são equivalentes às estruturas sociais e às instituições no que se refere à necessidade de investigação, pois “afetam a forma de agir, pensar, sentir, sendo exteriores ao indivíduo e exercendo sobre este um poder coercitivo” (DURKHEIM, 1978, p. 88). Segundo Minayo (2002, p. 92), esses atributos de exterioridade e coerção sobre as consciências individuais das Representações Coletivas fazem com que elas sejam semelhantes ao Fato Social (objeto central da Teoria Sociológica de Durkheim), e, por isso, podem ser observadas e estudadas objetivamente, sob a ótica “positivista”, conforme o método objetivo da Sociologia.

Nesse sentido, considera-se possível afirmar que o estudo da representação coletiva dá início ao estudo da visão de mundo das pessoas enquanto integrantes de grupos sociais, que deixam preteridas as suas intenções individuais para continuar

dentro do grupo, evitando ser alvo da coerção. Assim, as representações se propagam e vão se perpetuando na sociedade, constituindo-se no “produto de uma imensa cooperação que se estende no espaço e no tempo, em que uma longa série de gerações acumularam suas experiências e saber” (SÁ, 1995, p. 21).

Pode-se dizer que há semelhança entre os dois tipos de representação, embora se note que no caso das Representações Coletivas há o aspecto de perpetuação. Para tornar mais clara a diferenciação entre uma e outra, cabe trazer aqui a analogia utilizada por Sperber²⁵ (1985 *apud* GUARESCHI, 2002, p. 196), para quem a Representação Coletiva é tal qual uma endemia, pois a sua transmissão se dá de forma lenta entre as gerações, podendo ser chamadas de tradições, enquanto que as representações sociais “são típicas das culturas modernas, se espalham rapidamente pela população” e apresentam um curto período de tempo, tal qual uma epidemia. Assim, o termo “coletivo” fica relacionado ao modelo de sociedade mais estática, cristalizada e positivista enquanto que o termo “social” relaciona-se ao modelo de sociedade mais dinâmica e fluída (GUARESCHI, 2002, p. 196).

Segundo Guareschi (2002), a sociedade vivida por Moscovici era diferente daquela conhecida pelo sociólogo francês, por isso o psicólogo romeno tinha consciência de que os pressupostos teóricos de Durkheim eram apropriados para o século XIX, mas inadequados para uma época em que as mudanças aconteciam de forma rápida (como exemplo pode ser citada a corrida científica e tecnológica), e com a imposição da força bélica e do discurso persuasivo (como, por exemplo, o comunismo e o socialismo), como foi o século XX.

É possível ter uma ideia da fluidez da sociedade contemporânea a partir da sua biografia, publicada no Brasil em 2005, com o título “Crônica dos Anos Errantes” (MOSCOVICI, 2005). De acordo com a obra, Moscovici, que era de família judia, nasceu em 1925, na Romênia, região amplamente influenciada pelas ideias soviéticas. Conta o autor que sua infância foi difícil, pois seus pais se divorciaram e ele cresceu sob os cuidados de seu pai, ficando longe do convívio da mãe e da irmã. Segundo a obra, cansado de acompanhar as frustrantes buscas de seu pai por uma esposa, Moscovici decidiu viver com a tia, irmã de seu pai. Pode-se afirmar que cada uma dessas mudanças na vida do autor carrega em si uma experiência, uma frustração e, conseqüentemente, uma alteração da sua forma de ver o mundo.

²⁵ SPERBER, D. Anthropology and psychology: towards an epidemiology of representations. **Man** (New series), 1, 73-89, p. 229-260.

Moscovici escreveu que gostava muito de ler sobre os mais variados assuntos, o que o fez tomar muito tempo para decidir sobre qual carreira deveria seguir. Interessou-se pela causa socialista, participando de missões e reuniões partidárias, mas sua decepção fez com que abandonasse o partido. Consta na obra que o fascínio de quando era criança pelas histórias bíblicas, pelos costumes e festas judaicas, que eram a tradição de seu povo – motivo pelo qual sofreu muita discriminação racial – foi diminuindo ao longo do tempo. O autor deixou explícito que até cogitou residir em Moscou, mas percebeu que a sua obstinação por Paris era maior. Estes são alguns poucos fatos constantes da biografia de Moscovici aos quais aqui se faz alusão no intuito de relacioná-los com a argumentação que sustenta a Teoria das Representações Sociais.

Por tal fluidez e câmbio de ideias que as pessoas podem apresentar em tão curto período de tempo, Moscovici²⁶ (1961/1976) enxergava as representações sociais como algo dinâmico, ou seja, não possuíam o caráter estático das representações coletivas formuladas por Durkheim²⁷ (MOSCOVICI, 2011, p. 47).

Embora fosse pertinente o posicionamento de Moscovici, a Teoria das Representações Sociais teve que passar pela análise crítica de seus pares. Segundo Spink (2002, p. 118-119), os estudos das Representações Sociais, enquanto formas de conhecimento, apresentam três fases, como apresentado a seguir. Inicialmente os estudos são epistemologicamente indiscutíveis, buscando a apreensão da realidade. Num segundo momento, o conhecimento passa a ser relativizado pelas vias da história e do culturalismo, sendo elevado ao patamar de disciplina por Mannheim²⁸. No último estágio, considerado o terceiro momento, busca-se ampliar a perspectiva do olhar para o objeto de estudo, enxergando o senso comum como conhecimento legítimo e motor das transformações sociais.

Desta forma, o saber do cotidiano passa a ser interesse das investigações psicossociais (SÁ, 1995). Neste ponto emergem as questões da divisão dos saberes, segundo o universo a que pertencem, em Universo Reificado e Universo

²⁶ MOSCOVICI, S. **La Psychanalyse**, son image et son public. Paris: PUF, 1961.

²⁷ Moscovici não especificou a que obra ele estava se referindo, mas às teses sustentadas por Durkheim no que tange às características e especificidades das Representações Coletivas.

²⁸ A referência completa (título, local e data de publicação) desta obra não foi fornecida pelo autor consultado.

Consensual, os quais Moscovici²⁹ (1981, p. 186-187 *apud* SÁ, 1995, p. 29) define como segue:

Nos universos reificados, a sociedade se vê como um sistema com diferentes papéis e categorias, cujos ocupantes não são igualmente autorizados para representá-la e falar em seu nome. O grau de participação é determinado exclusivamente pelo nível de qualificação. [...] Há um comportamento próprio para cada circunstância, um estilo adequado para fazer afirmações em cada ocasião e, claro, informações adequadas para determinados contextos.

Nos universos consensuais, a sociedade se vê como um grupo feito de indivíduos que são de igual valor e irredutíveis. Nessa perspectiva, cada indivíduo é livre para se comportar como um “amador” e um “observador curioso”, [...] que manifesta suas opiniões, apresenta suas teorias e tem uma resposta para todos os problemas. [A arte da conversação] cria gradualmente núcleos de estabilidade e maneiras habituais de fazer coisas, uma comunidade de significados entre aqueles que participam dela.

Tanto o universo consensual quanto o reificado atuam simultaneamente para moldar a realidade das pessoas à medida que a sociedade, de uma forma geral, tem contato com as novas “descobertas ou teorias, invenções e desenvolvimentos técnicos, produções de fatos políticos e econômicos, inovações classificatórias e analíticas”, todos desenvolvidos no universo reificado, e procura introduzir essas novidades no conhecimento do dia a dia (SÁ, 1995, p. 36). Guareschi (2002, p. 212) afirma que essa transposição é facilitada por “divulgadores científicos de todos os tipos, como jornalistas, comentaristas econômicos e políticos, professores, propagandistas” e outros profissionais dos meios de comunicação em massa.

A cada transferência de saber, as pessoas exercem a capacidade de classificar “seres” e “objetos” de acordo com os seus próprios pressupostos, percepções e paradigmas. Guareschi (2002) afirma que cada objeto e ser recebe valor positivo ou negativo quando de sua classificação pelas pessoas, que nunca é neutra. E assim também pode ser construída uma representação, pois “a representação é basicamente um processo de classificação e nomeação, um método de estabelecer relações entre categorias e rótulos” (MOSCOVICI³⁰, 1981, p. 193 *apud* GUARESCHI, 2002, p. 201).

²⁹ MOSCOVICI, S. On Social Representation. In: FORGAS, J. P. (Ed.). **Social Cognition: perspectives on everyday understanding**. Londres: Academic Press, 1981.

³⁰ MOSCOVICI, S. On social representation. In: FORGAS, J. P. (Ed.). **Social Cognition, perspectives on everyday understanding**. Londres: Academic press, 1981.

Sendo assim, a finalidade maior das representações é tornar algo não familiar, ou a própria não familiaridade, familiar, sendo que o não familiar é o que atrai, que intriga pessoas e comunidades, mas ao mesmo tempo as deixa em estado de alerta, suscitando os pressupostos (ou conceitos prévios) implícitos para reconhecer o que está sendo percebido (MOSCOVICI, 2011).

Para Joffe (2002, p. 298), esses “objetos sociais estranhos evocam medo, porque eles ameaçam o sentido de ordem das pessoas e sua sensação de controle sobre o mundo” e depois que integra a representação, tendo uma “feição mais familiar, o objeto social se torna menos ameaçador [...]”.

Nessa transformação do estranho em algo familiar, faz-se necessária a ocorrência dos mecanismos de processo de pensamento, tendo por referência a memória e as experiências passadas, quais sejam, a ancoragem e a objetivação (MOSCOVICI, 2011).

A ancoragem consiste no “processo que transforma algo estranho e perturbador, que nos intriga, em nosso sistema particular de categorias e os compara com um paradigma de uma categoria que nós pensamos ser apropriada” (MOSCOVICI, 2011, p. 61).

Sendo assim, pode-se afirmar que no processo de ancoragem não significa que efetivamente se conhece e se é compreensível à pessoa, ou situação, mas que é feito o reconhecimento conforme as categorias interiorizadas pelos indivíduos que estão observando. Esse sistema de classificação e nomeação das coisas tem por objetivo maior “facilitar a interpretação de características, a compreensão de intenções e motivos subjacentes às ações das pessoas, na realidade, formar opiniões” (MOSCOVICI, 2011, p. 70).

A objetivação consiste em transformar elementos abstratos em algo mais concreto, ou, como o próprio termo sugere, corporificar o intangível por meio da utilização de objetos, os quais são visíveis e pertencentes ao mundo real do indivíduo (MOSCOVICI, 2011). O autor exemplifica ao associar a imagem de um pai a Deus, como forma de tornar mais compreensível um atributo divino. Ou, ainda, pode-se objetivar a fé (algo dotado de abstração) com a imagem de uma cruz (visível e tangível).

Esses processos acontecem automaticamente e ininterruptamente no interior do indivíduo, o que não significa que devam ser ignorados os demais eventos exteriores ao indivíduo já que “nossas representações não são

independentes: têm a ver com nossa concepção de ser humano e de sociedade” (GUARESCHI, 2002, p. 200). Nesse sentido, além dos processos ocorridos intraindivíduo, faz-se necessário levar em consideração o contexto em que está inserido o sujeito (SPINK, 2002). O contexto, por sua vez, é constituído pelo espaço social (em que as ações se desenrolam) e por uma perspectiva temporal, abarcando o “tempo curto da interação” (que é o aqui e agora), o “tempo vivido” (resultante dos processos de socialização entre os grupos) e o “tempo longo” (onde estão depositados os conteúdos culturais cumulativos da sociedade, isto é, o imaginário social). Para a autora, “quanto mais englobarmos em nossa análise o tempo longo [...], mais nos aproximaremos das permanências que formam os núcleos mais estáveis das representações” (SPINK, 1995, p. 122).

A partir desta constatação de que as representações apresentam um núcleo estável, um grupo de pesquisadores (denominado Grupo do Midi³¹) deu início ao aprofundamento dos estudos das estruturas das representações, tendo como ênfase a perspectiva sociocognitiva (SÁ, 1996, p. 27). Sá (1996, p. 62) comenta que Jean-Claude Abric³² é um autor que, por meio da Teoria do Núcleo Central, apresenta a Abordagem Estrutural das Representações Sociais, a qual sustenta que as representações apresentam duas estruturas: o sistema central e o sistema periférico.

Considera-se pertinente destacar, concisamente, que esta abordagem difere dos conceitos de “estrutura estruturada” e “estrutura estruturante”. As representações, como estrutura estruturada, consideram que todo sujeito é um ser social, inscrito numa situação social e cultural definida, cujas respostas individuais são manifestações de tendências do grupo de pertença (JODELET³³, 1984, p. 36 *apud* SPINK, 2002, p. 120), ou seja, as características do grupo se sobrepõem às intenções individuais de seus membros. Já como estruturas estruturantes, as representações podem ser demonstradas como uma exteriorização da realidade

³¹ “Grupo do Midi” é uma expressão utilizada para designar o conjunto de pesquisadores do sul da França, da região do Mediterrâneo (mais especificamente de Aix-en-Provence e Montpellier), no campo das Representações Sociais (SÁ, 1996, p. 52).

³² Esta obra refere-se a tese de Doutorado de Jean-Claude Abric, apresentada em 1976 na Université de Provence, cujo título era “Jeux, conflits et représentations sociales”, à qual Sá teve acesso.

³³ JODELET, D. Réflexion sur le traitement de la notion de représentation sociale en psychologie sociale. **Communication Information**, VI (2/3), p. 15-41, 1984.

intraindividual, das afetividades, e, por isso, são capazes de gerar criação e transformação da realidade social (SPINK, 2002), isto é, o sujeito age por si só e interfere nos demais membros dos grupos.

Apesar de haver vários trabalhos que se fundamentam na Teoria do Núcleo Central (SÁ, 1996), ela possui características de uma pesquisa de abordagem mais quantitativa e positivista do que a teoria proposta por Moscovici (1961) e continuada por Denise Jodelet (1989). Segundo Spink (2002, p. 121), citando Jodelet³⁴ (1989, p. 41), as representações sociais precisam ser estudadas “articulando elementos afetivos, mentais, sociais, integrando a cognição, linguagem e a comunicação às relações sociais que afetam as representações sociais e à realidade material, social e ideativa sobre a qual elas intervêm”.

Depois de explanados algumas características, requisitos e elementos intrinsecamente relacionados às pesquisas e análises das representações sociais, considerou-se pertinente conhecer as definições elaboradas pelos vários autores que se dedicaram ao aprimoramento da teoria.

Acredita-se possível afirmar que Moscovici, embora tenha proposto a teoria, inicialmente procurou não deixar clara a definição do significado das RS, declarando-se contrário à tendência de definições fáceis, pois poderia incorrer no erro de não contemplar todos os aspectos inerentes ao termo, como afirma numa entrevista cuja publicação se deu em 1987:

Vários autores me recriminam por ser vago e me recusar a definir o significado das Representações Sociais. Poderia citar vários textos de Bacon a Freud que sustentariam o valor de minha posição. Mas minha recusa também representa um modo de assumir posição contra uma tendência de dar definições fáceis. Quando se pensa nos conceitos de esquema ou atribuição, poder-se-ia dizer que foram definidos adequadamente? (MOSCOVICI³⁵, 1987, p. 514 *apud* LEME, 1995, p. 55).

Em obra posterior à entrevista de 1987, Moscovici (2011) definiu as representações como sendo um sistema de valores, ideias e práticas, com uma função dupla, quais sejam: estabelecer uma ordem que permite às pessoas orientar-se em seu mundo material e social e controlá-lo (auxilia na relação que o indivíduo mantém entre si e o seu mundo exterior); possibilitar a comunicação entre os

³⁴ JODELET, D. **Folies et representations sociales**. Paris: Presses Universitaires de France, 1989.

³⁵ MOSCOVICI, S. Answers and questions. **Journal for the Theory of Social Behavior**, v. 17, p. 513-529, 1987.

membros de uma comunidade, fornecendo-lhes um código para nomear e classificar, de forma a não causar ambiguidades, os diversos aspectos de seu mundo e da sua história individual e social (auxilia na relação que os indivíduos sustentam uns com os outros).

Wagner (2000, p. 3-4) entende que a representação social é um “conteúdo mental estruturado, ou seja, cognitivo, avaliativo, afetivo e simbólico, sobre um determinado fenômeno social relevante, que toma a forma de imagens ou metáforas, e que é conscientemente partilhado com outros membros do grupo social”.

Assim, as representações envolvem tanto o indivíduo quanto uma coletividade. Elas são construídas socialmente e são partilhadas entre os componentes de determinados grupos ou sociedade, como afirmado por Jodelet (1989, p. 36), para quem a Representação Social é “uma forma de conhecimento, socialmente elaborado e partilhado, tendo uma visão prática e concorrendo para a construção de uma realidade comum a um conjunto social”. Some-se ainda o fato de que elas são mais do que imagens estáticas de um objeto na mente das pessoas, pois compreendem o comportamento e a prática interativa de um grupo (WAGNER, 2000). Sá (1995, p. 27) afirma que “haverá semelhança dos pronunciamentos, principalmente entre os membros de um mesmo grupo, demonstrando que terão pensado juntos sobre os mesmos assuntos”.

Tornando concisas e pragmáticas as definições apresentadas, Reis e Bonfim (2012, p. 259) sintetizam a representação social como “o conjunto de ideias, imagens, concepções e visões de mundo que os atores sociais constroem sobre a realidade, elaborado de acordo com seus interesses específicos e a partir da própria dinâmica da vida cotidiana”.

Assim, as investigações das representações sociais têm interesse pelo subjetivo coletivo, pelas “visões de mundo, para os espíritos do tempo, para o senso comum, para os consensos e estereótipos, crenças e preconceitos, para o pensamento banal, para o cotidiano. Ou seja, para sistemas de saberes práticos” (MOURA, 2014, p. 42), implícitos no discurso dos sujeitos.

E é esta forma de ver o mundo que é interesse da presente pesquisa. De que forma os capelistas³⁶ veem o Festival? Ou, traduzindo para o Universo

³⁶ Antoninenses também são conhecidos como capelistas por causa da Capela construída por Valle Porto em 1714, em homenagem a Nossa Senhora do Pilar, no intuito de proclamar a independência religiosa de Antonina em relação a Paranaguá.

Reificado, qual a Representação Social do Festival de Inverno elaborada e partilhada pelos antoninenses?

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A Teoria das Representações Sociais tem se mostrado um aporte teórico válido e rico para as mais variadas disciplinas e áreas de estudo como a educação, saúde, meio ambiente, dentre tantas outras, colaborando com a explicação de questões relevantes (CAMARGO, 2005). Com esta pesquisa buscou-se evidenciar a representação social apresentada por alguns entrevistados da população antoninense com relação ao evento “Festival de Inverno da UFPR” anualmente realizado em Antonina, Paraná. Nesse sentido, este trabalho pode ser classificado, quanto aos objetivos, como descritivo, já que nele se buscou relatar características de um determinado fenômeno, servindo de base para explicações de fatos relacionados (VERGARA, 2000).

Quanto à abordagem, possui características de uma pesquisa qualitativa, em que os resultados são escritos em narrativas, com declarações dos envolvidos, fundamentando o processo de investigação (TRIVIÑOS, 1987). Para Moreira (2002, p. 59), a pesquisa qualitativa “baseia-se no ser humano enquanto agente, e cuja visão de mundo é o que realmente interessa”.

A etapa inicial deste trabalho foi composta pela pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental. Com o apoio de livros, teses, dissertações e artigos científicos foi possível construir o embasamento teórico. Com os documentos, relatórios, sínteses de atividades, foram obtidas informações sobre o município de Antonina, bem como sobre o evento Festival de Inverno da UFPR.

A segunda etapa consistiu na pesquisa de campo. Como instrumento de coleta de dados foram realizadas entrevistas semiestruturadas com residentes em Antonina. Para Gil (1999), as entrevistas são formas de diálogos assimétricos, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação. Ele afirma ainda que a entrevista é uma das técnicas de coleta de dados mais utilizadas no âmbito das ciências sociais e bastante adequada para obter informações sobre o que as pessoas sabem, creem, esperam, desejam, pretendem fazer, podendo ser comparada ao tubo de ensaio na Química e ao microscópio na Microbiologia.

A população da amostra é do tipo não probabilístico, por conveniência, sendo formada por antoninenses que tivessem participado do evento. Os dados

foram coletados nos meses de janeiro e fevereiro de 2015, época do ano um tanto quanto distante da ocorrência do Festival.

Nesse sentido, como o objetivo da pesquisa foi o de explorar e desvendar conhecimentos, através de percepções e experiências vividas, foram entrevistados sujeitos que atendessem duas prerrogativas iniciais que eram o fato de residirem em Antonina (Paraná) e de terem participado do Festival de Inverno da UFPR em algumas edições, formando, assim, uma amostra intencional com a qual se buscou uma generalização lógica (ou naturalística), que é diferente da generalização estatística (MOREIRA, 2002).

Dentre os convidados a participar da pesquisa, dez pessoas tiveram sua opinião consultada. A partir da sétima entrevista, notou-se que poucas informações eram acrescentadas ao *corpus*, podendo-se inferir que com o número de entrevistas realizadas atingiu-se a saturação teórica – que se dá quando a inclusão de novos participantes não acrescenta novas informações pertinentes, segundo a ótica do pesquisador (DENZIN; LINCOLN, 1994).

Ainda na seleção dos sujeitos, dividiu-se a amostra em cinco grupos: Poder Público, Empresários do *trade* turístico, Jovens, Adultos e Idosos. Cabe atentar para o fato de que o evento está indo para a sua 25ª edição, ou seja, encontram-se jovens e alguns adultos que não conheceram a cidade sem a realização do evento, enquanto que os mais velhos conseguem diferenciar as férias de inverno antes e depois da 1ª edição (de 1990).

Spink (2002) aponta que nas pesquisas de Representações Sociais a análise é centrada na totalidade do discurso, o que a torna muito demorada e, por esta razão, “estes estudos têm utilizado poucos sujeitos. Trata-se, assim, de um exemplo do que chamamos acima de ‘sujeitos genéricos’ que, se devidamente contextualizados, têm o poder de representar o grupo do indivíduo” (SPINK, 2002, p. 129).

Os dados fornecidos pelos participantes, ou sujeitos da pesquisa, a partir das entrevistas, foram interpretados e analisados segundo a técnica de análise de conteúdo. A análise de conteúdo trabalha com duas dimensões do texto: a sintaxe e a semântica. A sintaxe trata da frequência das palavras, das características gramaticais, tentando analisar como é dito ou escrito o tema. Já a semântica trata da relação entre sinais e sentidos (conotativo e denotativo), verificando o que é dito em um texto (BAUER, 2013, p. 192-193).

A análise, conforme apontado anteriormente, contou com a interpretação de dados. Arruda (2005) alerta sobre a necessidade de realizar uma análise de dados baseada na interpretação. Para a autora, a análise e a interpretação estão entretecidas, sendo que esta quando devidamente utilizada e desenvolvida com todo o seu potencial propicia à análise “uma maior densidade, [...] afastando o automatismo da arrumação dos dados em categorias que parecem naturais” (ARRUDA, 2005, p. 251-252). Os *softwares* (como o EVOC e o ALCESTE) podem auxiliar na organização dos dados, mas não substituem o trabalho de interpretar já que a ação de interpretar é

Um nervo da pesquisa; ela conecta os dados entre si e com o problema pesquisado e dá a eles um desenho integrado, mostrando como circula entre todos a sua relação com o mundo. Ela conecta igualmente este conjunto integrado com as bases teóricas que guiaram a pesquisa, momento em que se pode chegar a identificar, problematizar ou desenvolver aspectos da teoria. [...] a interpretação, além da visão da empiria, retorna à teoria. (ARRUDA, 2005, p. 230).

Dentro desta perspectiva de análise de dados, Arruda (2005) enfatiza a necessidade de contextualizar as entrevistas para que haja melhor compreensão dos sentidos nelas implícitos. No que concerne ao conhecimento, ela afirma que não basta apenas a descrição do cenário, mas evidenciar os contextos estruturais, tais como o histórico, socioeconômico, político, cultural e outros mais amplos, levando o pesquisador a tomar intimidade com o local (ARRUDA, 2005, p. 234).

Embora utilize a expressão “levantamentos paralelos”, Spink (2002) afirma que entrevistas e conhecimento do ambiente pesquisado também caminham juntos, pois “A coleta de dados exige longas entrevistas semiestruturadas acopladas a levantamentos paralelos sobre os conteúdos históricos que informam os indivíduos enquanto sujeitos sociais” (SPINK, 2002, p. 129).

Para Jodelet (1989), conhecer o contexto permite identificar as condições de produção de representação, a qual é composta por conjunto de pertencas, vivências, forma de comunicação, história, cultura, experiências, contingências. Por essa razão, além das informações relacionadas aos aspectos ambientais, culturais, históricos, econômicos e sociais do município, solicitou-se aos entrevistados que contassem um pouco de sua trajetória profissional e algumas questões pessoais para enriquecer a interpretação das respostas obtidas durante a entrevista.

Tendo em vista, portanto, a importância da interpretação dos conteúdos obtidos, tomou-se como técnica para orientação da análise dos dados os passos explanados por Spink (2002, p. 130-133), como segue:

- 1º passo: transcrição da entrevista semiestruturada;
- 2º passo: leitura flutuante do material, intercalando a escuta do material gravado com a leitura do material transcrito, percebendo os temas aflorados e o aparecimento dos investimentos afetivos. Neste ponto cabendo verificar:

- a) a variação, ou seja, as versões contraditórias que são indicadores valiosos sobre a forma como o discurso se orienta para a ação;

- b) os detalhes sutis, tais como o silêncio, hesitações, lapsos, pistas quanto ao investimento afetivo presente;

- c) a retórica, isto é, a organização do discurso.

- 3º passo: retorno aos objetivos da pesquisa.

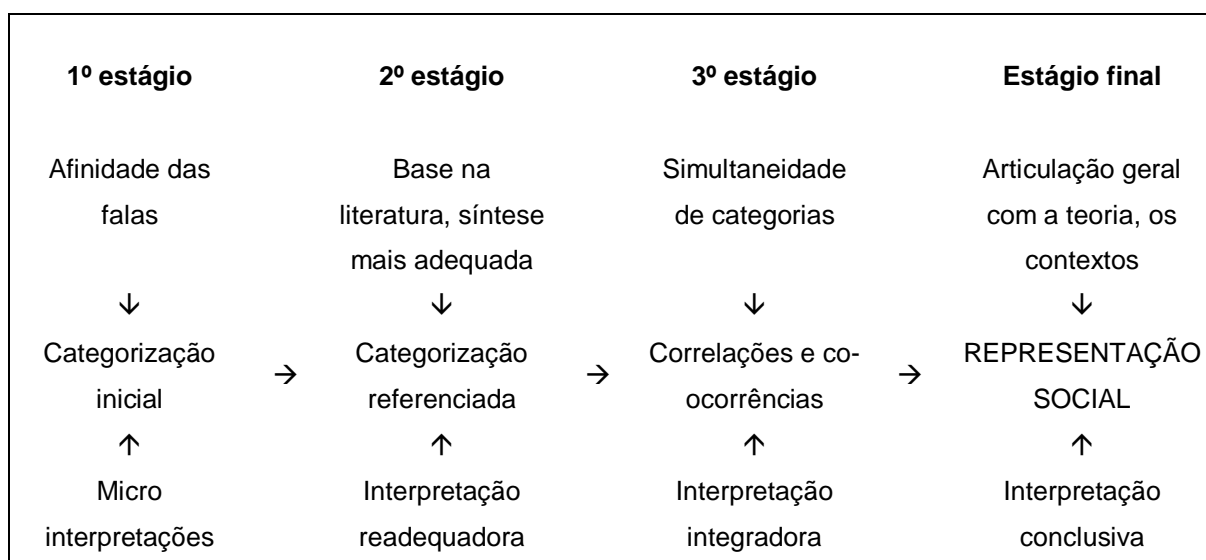
Spink (2002) mostra que há dois caminhos a serem seguidos quando da análise de dados das pesquisas qualitativas que faz uso do estudo da associação de ideias nas representações sociais. O primeiro é quando se trata de uma entrevista centrada num tema mais circunscrito (exemplo, a hipertensão). Neste caso o discurso é mapeado a partir das dimensões internas da representação: seus elementos cognitivos, a prática do cotidiano e o investimento afetivo. O segundo caminho é mais apropriado no caso de representações complexas, em que o discurso é mapeado a partir dos temas emergentes definidos com a leitura flutuante e objetivos do pesquisador.

Na presente pesquisa, entendeu-se que era pertinente adotar o primeiro caminho, visto o tema estar centrado no Festival de Inverno da UFPR e que, apesar de haver a necessidade de contextualização com a área de estudo (incluindo os aspectos socioeconômicos, ambientais e culturais, além da experiência de vida dos sujeitos e suas expectativas), trata-se de uma pesquisa que busca a aproximação dos constituintes da Teoria das Representações Sociais com o Turismo e ações que dele decorre.

- 4º passo: são construídos os mapas que transcreveram toda a entrevista, respeitando a ordem do discurso para as dimensões definidas. Nestes mapas considera-se ter ficado visível a variedade de imagens e ideias, bem como a entrevista como um todo.

- 5º passo: construção de um gráfico, constando as associações, relações entre elementos cognitivos, as práticas e os investimentos afetivos.

Estes dois últimos passos indicados por Spink (2002) são desdobrados, segundo a abordagem de Arruda (2005). Para esta autora, são necessários quatro estágios para melhor compreensão do fenômeno. Num primeiro momento é feita uma simples categorização inicial, utilizando as mesmas palavras, ou expressões, enunciadas pelos sujeitos da pesquisa. No segundo estágio há o refinamento das categorias, as quais são relacionadas com a literatura pesquisada. Já no terceiro estágio, é preciso evidenciar a regularidade das ocorrências e verificar como elas se articulam. No quarto (último) estágio, volta-se “à base teórica, tentando identificar o esquema figurativo ou o princípio organizador da representação, os processos de elaboração, a dinâmica da representação” (ARRUDA, 2005, p. 252).



QUADRO 4 – ANÁLISE DE DADOS A PARTIR DE INTERPRETAÇÕES
FONTE: Arruda (2005, p. 252).

Por fim, para a elaboração do quadro em que consta a Representação Social de todos os grupos representados pelos entrevistados foi adotado o critério de Moura (2014, p. 130), o qual se apoiou na utilização de uma fórmula de média aritmética, a saber: $[(R> + R<) / 2]$, onde “R>” é a palavra mais frequente e “R<” a de menor repetição.

Conforme mencionado anteriormente, para realizar a coleta de dados foram entrevistadas dez pessoas, residentes no município de Antonina, as quais responderam ao roteiro de entrevista composto por oito questões que convidavam os participantes a contar sobre como era a vida no município, sobre como era viver

na cidade durante os dias em que ocorria o Festival, as motivações para participar do evento e possíveis efeitos resultantes deste, buscando verificar se o turismo estava contemplado pelas observações dos entrevistados.

Para melhor abarcar a realidade, procurou-se elaborar uma amostra em que fossem contempladas diferentes categorias da população. Sendo assim, a amostra ficou distribuída da seguinte forma:

- Poder Público: sendo representado por um entrevistado, já que apenas uma pessoa (lotada na área diretamente envolvida com o Festival) se sentiu capacitada para conceder sua opinião;
- *Trade* turístico: sendo representado por três empresários das áreas: gêneros alimentícios, restaurantes e meios de hospedagem;
- População: a qual foi representada pelos grupos Jovens (dois entrevistados), Adultos (dois entrevistados) e Idosos (dois entrevistados).

Cabe mencionar a dificuldade encontrada em consultar o poder público no que tange ao Festival. Inicialmente estavam previstas pelo menos duas entrevistas. Entretanto, uma das pessoas convidadas não compareceu ao local previamente acordado para a entrevista. A outra pessoa prontamente atendeu à solicitação. Foi perguntado na secretaria responsável por acompanhar o evento se haveria mais alguém disposto a participar da pesquisa. Porém, as pessoas não se sentiram confortáveis em conversar sobre o assunto.

Entre o setor privado foram consultadas apenas três pessoas porque a pesquisa de Valério (2008) já havia priorizado como participantes as empresas ligadas à atividade turística no município. Mesmo assim, como elemento de diferenciação, buscou-se verificar junto a alguns empresários, os quais não participaram daquela pesquisa, o que representa o Festival de Inverno.

Para integrar os representantes da população que não fizessem parte do poder público nem da iniciativa privada foram convidados jovens, adultos e idosos que tivessem assistido aos *shows* e espetáculos e participado como alunos de oficinas. Dado o exíguo prazo para coleta de dados, não foi possível conciliar o tempo disponível em campo com as agendas de parte dos convidados, o que não inviabilizou a pesquisa visto que aqueles que se dispuseram a cooperar com a pesquisadora forneceram ricos relatos para as análises. Ressalte-se que algumas dessas pessoas são muito conhecidas na cidade pela participação ativa na

comunidade católica, ou pelo envolvimento nas atividades educacionais ou, ainda, pela atuação no cenário político e social.

Na sequência serão apresentadas as análises com base nas entrevistas e também nas observações da pesquisadora durante a edição do ano de 2014. O tópico foi organizado de maneira a atender a cada um dos objetivos da pesquisa, mostrando ainda os gráficos de associação de ideias referentes a cada um dos grupos representados e um gráfico em que constam os aspectos mais frequentes e recorrentes em todas as entrevistas realizadas. Não foram adotados resultados percentuais visto que “a finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o assunto em questão” (GASKELL, 2013, p. 68).

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Elaborar uma pesquisa sobre representação social requer, quando da interpretação e análise dos dados, o exercício da alteridade, que vem a ser a busca por enxergar segundo os sujeitos da pesquisa, e a partir daí explicar o fenômeno (SPINK, 2002), “admitindo que não existem diferenças significativas entre discurso dos sujeitos e conteúdo de seus pensamentos” (PEREIRA, 2005, p. 26). Partiu-se, portanto, de um pressuposto de que as análises aqui apresentadas são resultantes da interpretação da pesquisadora, que não deixa de ser “a representação de uma representação [...] em virtude da similaridade de conteúdos” (SPINK, 2002, p. 142).

Não se buscou a “validade generalizante de leis abrangentes” tal qual o modelo “dedutivo-nomológico”, pois “nas teorias da Psicologia Social necessitamos de um modelo de explicação mais simples” (WAGNER, 2002, p. 153). Contudo, não se abandonou o rigor científico intrínseco às pesquisas do universo reificado.

5.1 O FESTIVAL DE INVERNO: UM POUCO DE FLORES E CORES AGITANDO A CALMARIA

Inicialmente buscou-se saber como é o cotidiano no município de Antonina. Para alcançar essa perspectiva, perguntou-se aos sujeitos como é viver em Antonina. Alguns deles já haviam residido em outros municípios, o que enriqueceu a análise com relação ao local em que acontece o evento, visto que essas pessoas conseguiam fazer uma distinção entre as cidades em que viveram.

O atributo mais evidenciado por parte dos entrevistados foi o da tranquilidade. Muitas vezes acompanhada das palavras “calmo”, “sossego”, ou suas variantes. Mas, em suma, todos falaram que viver no município é tranquilo. Uma das declarações chamou a atenção para o sentimento de segurança que a cidade apresenta: “Viver em Antonina é viver natureza. Viver bem. [...] É se sentir em casa. É se sentir, é [pausa] salvaguardado” (E1 – empresário, alimentação).

Devido ao fato de ser uma cidade pequena, muitas pessoas manifestaram se sentir protegidas, tanto no sentido psicológico quanto emocional, pois os vínculos pessoais acabam se estreitando, como afirmou uma jovem entrevistada:

Acho que é um lugar bacana de se viver. Dizem que é a cidade dos aposentados. Mas acho que por esse fato de ser uma cidade tranquila, assim, das pessoas serem amigáveis [...] dos vizinhos irem um conversar com os outros [...] dos vizinhos se visitarem, e as pessoas se cumprimentarem na rua, toda aquela história dos apelidos. Então acho que faz as pessoas serem mais próximas. (J1, bacharel em música).

Todavia, algumas pessoas apontaram as dificuldades de morar em um município pequeno e com recursos econômicos reduzidos. A declaração abaixo mostra a opinião de um entrevistado que retornou ao município depois de se aposentar.

Olhe, como tudo na vida, tem dois lados: o lado bom e o lado ruim. [...] O que eu mais gosto de fazer aqui em Antonina é colocar a minha cadeira em frente à minha casa, à noite, essas noites agora de verão, outono ou primavera e ficar ali olhando a rua, os amigos que passam e conversar. Isso é muito bom! Fazer um passeio pela baía, pelo mar, andar pelos casarios antigos... isso realmente é o lado bom. Mas por outro lado você tem filhos, netos, você vem pra cá aposentado e realmente não há expectativa de desenvolvimento (nenhuma!) para os próximos 10 anos. [...] Então a expectativa de desenvolvimento, de trabalho para os nossos jovens não existe. É nenhuma! E nós idosos sofremos também com isso, com a falta de expectativa, porque a gente precisa de serviços públicos de qualidade. Você precisa de um centro de convivência para idosos, programas, políticas públicas para o idoso. [...] O nosso serviço de saúde é altamente deficitário. [...] Então... isso aí é muito difícil pra nós que estamos começando a ficar velho. (I1 - professor universitário aposentado).

Mesmo assim, ponderando as vantagens e desvantagens de se viver em Antonina, uma entrevistada analisou da seguinte forma:

Quer um agito, quer uma balada ou algo diferente? Curitiba, capital, gente, uma capital está a 80 km de você. Paranaguá aqui do lado com uma estrutura muito boa. Praias a 80 km da nossa casa. Mar a duas quadras. Rios de águas cristalinas a 10 ou 12 km. [...] Quem não vai gostar de viver num lugar desses: perto de tudo que tu precisas de fato e tranquilo e sossegado ao mesmo tempo? (E2 – empresária, restaurante)

Assim, tem-se um panorama do *locus* da pesquisa. Pessoas do município colocam suas expectativas de geração de oportunidade e renda nas atividades portuárias, com variedade de recursos naturais, acessível a outros centros urbanos, dos quais provêm os recursos necessários aos habitantes, que compartilham da representação social de uma cidade tranquila.

Todavia, durante alguns períodos do ano esse estado de calma é alterado, inclusive em decorrência dos eventos. Para uma das entrevistadas, uma semana antes da abertura oficial do Festival de Inverno já começam as primeiras

movimentações, que criam a expectativa de que o evento está chegando para agitar a cidade.

Já durante o evento, outra entrevistada afirmou, há uma alteração brusca do cotidiano, mas que, do ponto de vista dela, é algo muito bom. Para ela a mudança ocorre

[...] de jeito quase que insano. Gente, o meu dia a dia é agitado no geral, porque eu tenho um movimento bom durante o dia, por exemplo. Mas à noite é super tranquilo, tirando alguns finais de semana e feriados é super tranquilo. Agora... Festival é agito desde as 8h da manhã quando a gente abre até 1h ou 2h da madrugada quando a gente fecha. Então o Festival traz, assim, um público diferenciado: são universitários, professores, administradores, é... pessoal de organização, artistas de fora que vêm, eu costumo dizer que, eu gosto de ver a cor de Antonina quando o Festival de Inverno chega. [...] a cidade fica totalmente colorida. Em tudo que é canto que tu vai é música, é gente agitada, é gente se movimentando, é gente participando, é gente indo, combinando coisas. De repente é um barzinho aqui ocorrendo um showzinho, outro barzinho lá ocorrendo outro showzinho, pessoal se ajeitando. (E2 – empresária, restaurante)

Assim, viver em Antonina durante a semana em que ocorre o Festival de Inverno seria diferente: “É bem mais gostoso porque você faz um intercâmbio, uma troca, você acaba por absorver um pouco do que as pessoas trazem, do seu conhecimento, da sua vivência, das suas experiências culturais” (A1 – professora da rede estadual de ensino). Nesta fala percebe-se explicitamente o intercâmbio cultural que acontece durante oficinas, espetáculos e minicursos, confirmando o que Jepson, Wiltshier e Clarke (2008, p. 6) discorrem sobre evento cultural, o qual “melhora os relacionamentos entre residentes e convidados, e ajuda a preservar o ambiente natural, cultural, ou social”.

Percebeu-se que o contato é inevitável. Em um *show*, por exemplo, as pessoas ficam todas juntas na rua ou sentadas “na escadaria” (degraus que dão acesso às casas e prédios comerciais, mas que, durante os finais de semana ou em ocasiões festivas, servem de acomodação para várias pessoas que se assentam para assistir *shows*, desfiles ou simplesmente para conversar). Pessoas de diferentes idades, classes sociais, cidades, ali se encontram (Figura 3).



FIGURA 3 – SHOW REALIZADO NO PALCO PRINCIPAL, SITO À R. DR. CARLOS GOMES DA COSTA, ANTONINA/PR.
FOTOS: Carina Kuretzki e Ana Lino.
FONTE: UFPR/PROEC (2014).

No caso das oficinas, que possuem a duração média de vinte horas, com aulas de segunda a sexta-feira e onde são transmitidos conhecimentos diversos sobre algum tema trabalhado pelo Festival, notou-se que a convivência é mais intensificada, pois às vezes se faz necessário desenvolver as atividades ou realizar as tarefas em dupla ou grupo, conforme Figuras 4 e 5.



FIGURA 4 – OFICINA DE BIO-JOIA.
FOTO: Carina Kuretzki e Ana Lino.
FONTE: UFPR/PROEC (2014).



FIGURA 5 – OFICINA DE MAQUIAGEM CÊNICA (TAREFA REALIZADA EM DUPLA).
FOTO: Carina Kuretzki e Ana Lino.
FONTE: UFPR/PROEC (2014).

Verificou-se que, além das oficinas e *shows* no Palco Principal, estavam disponíveis as apresentações musicais e peças teatrais (Figuras 6 e 7). Por questão de limitação do espaço físico em que ocorriam, todos os dias, às 12 horas, o pessoal da organização do evento distribuía ingressos gratuitamente no Teatro Municipal (Figura 6). Como eram lugares contados, notou-se que não foram raras as vezes em que houve a ocorrência de filas na entrega dos ingressos.



FIGURA 6 – INGRESSOS PARA O ESPETÁCULO (À ESQUERDA) E O GRUPO DE MPB DA UFPR (À DIREITA) NO TEATRO MUNICIPAL.
FOTOS: Carina Kuretzki e Ana Lino.
FONTE: UFPR/PROEC (2014).



FIGURA 7 – APRESENTAÇÃO DO MADRIGAL DA UFPR NA IGREJA DE SÃO BENEDITO.
FOTO: Carina Kuretzki e Ana Lino.
FONTE: UFPR/PROEC (2014).

Percebeu-se que os espaços recebem ornamentação para composição de cenário para que os espetáculos aconteçam de forma mais aprazível, sendo organizados e preparados com luzes e demais equipamentos de som (Figuras 8 e 9).

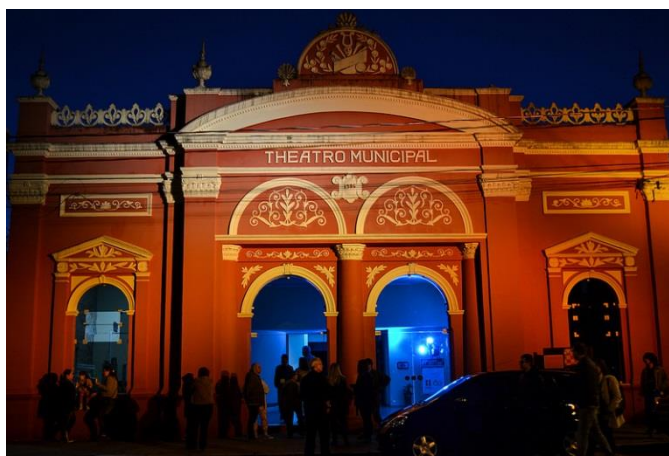


FIGURA 8 – ILUMINAÇÃO ESPECIAL NO TEATRO MUNICIPAL DE ANTONINA.
FOTO: Carina Kuretzki e Ana Lino.
FONTE: UFPR/PROEC (2014).



FIGURA 9 – ILUMINAÇÃO ESPECIAL NA IGREJA DE SÃO BENEDITO.
FOTO: Carina Kuretzki e Ana Lino.
FONTE: UFPR/PROEC (2014).

A quebra do marasmo, como alguns entrevistados apontaram, não é sentida apenas entre os adultos, podendo ser observada entre as crianças também. Constatou-se, como demonstra a Figura 10, que a Praça Coronel Macedo (ao lado da Matriz) é ocupada pelos pequenos durante a semana toda, pois são realizadas brincadeiras, jogos e outras atividades para entretenimento e com finalidade educativa.



FIGURA 10 – ATIVIDADES RECREATIVAS PARA CRIANÇAS NA PRAÇA CORONEL MACEDO.
FOTO: Carina Kuretzki e Ana Lino.
FONTE: UFPR/PROEC (2014).

Essas atividades, essas mudanças na cidade, foram aprovadas por todos os entrevistados. Todavia, é preciso ter a sensibilidade de como utilizar os locais e edificações frequentados pela população, pois pode haver algum desconforto para uma das partes. Em uma das entrevistas emergiu a dúvida sobre a reação do pároco ou dos fiéis sobre a cessão das igrejas e alguns espaços da Paróquia para a organização do Festival, e foi perguntado se já havia ocorrido alguma situação incômoda sobre o uso para espetáculos. A entrevistada, que também pertence ao grupo de fiéis da Paróquia, afirmou que

Acontece isso. Há algum tempo atrás, há muitos anos atrás, foi feita uma peça que era muito fora da linha cristã. Então isso aí causou um mal-estar. Então é pedido muito... que sejam concertos... de cordas, coral, músicas clássicas e mesmo popular. Como nós temos dentro da igreja a parte do Santíssimo Sacramento, que a gente tem nas igrejas, o padre sempre toma o cuidado de tirar o santíssimo, e daí deixar como um espaço. Mas isso não significa que não é um espaço sagrado. É um espaço sagrado que tem que ser respeitado. Então não pode ser, assim, qualquer coisa. Mas nesses últimos festivais eles têm respeitado. (I2 – professora da rede estadual de ensino aposentada).

Em se tratando de uma cidade pequena, pressupõe-se que ainda se sustenta um posicionamento tradicional, uma visão mais conservadora de sociedade. Um dos entrevistados frisou que, apesar de haver certo estranhamento com relação ao público que participa do evento, a população tem facilidade para alterar um pouco o seu ponto de vista e aceitar esse público sem distinção ou discriminação.

Eu acho que na verdade a gente tem que se adaptar ao Festival de Inverno durante uma semana, porque a gente vê *hippies*, a gente vê aqui... é... pessoas diferenciadas, pessoas que aparentemente chocam pra gente que é de uma cidade pequena, mas que a gente acaba se adaptando. Porque é Festival de Inverno. Que movimenta universitários, jovens de várias ideias... Nessa parte o povo de Antonina já se adapta muito rápido. (E1 – empresário, alimentação)

Considera-se que essa colocação remete a dois pontos importantes da Teoria das Representações Sociais. A primeira delas é a questão da ancoragem. Primeiramente os antoninenses, ao terem contato com trajés, gestos e comportamentos diferentes daquilo que faz parte de seu dia a dia, buscavam em seus arquétipos mentais uma representação de quem seriam essas pessoas estrangeiras. Com o aumento do tempo de interação entre as partes, os residentes

puderam considerá-los amigáveis e, a partir daí, ancorá-los em categorias anteriormente estabelecidas ou posteriormente elaboradas.

Também remete aos estudos de Jodelet (1989), em que as famílias residentes em Ainay-le-Chateau não enxergavam mais os seus forasteiros (doentes) como portadores de uma condição de dependência e incapacitante. Obviamente o caso relatado é muito diferente das condições em que estavam os sujeitos quando do estudo desenvolvido pela autora francesa, mas o que se quer apontar é a semelhança que pode ser notada no que se refere à eliminação de possíveis preconceitos e diferenciação de tratamento.

Nesse sentido, pode-se afirmar, baseando-se nos relatos (além de contar com as fotos registradas pela Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPR para ilustração), que a alteração na dinâmica da cidade ocorre em muitas partes da área central de Antonina. São as ruas, as praças, as escolas, prédios públicos e privados, históricos ou não, que recebem cores, luzes, sonorização e frequência pelos residentes, visitantes e turistas.

Além das alterações visíveis, foram percebidas aquelas alterações não visíveis, mas que, segundo as entrevistas, são mudanças que deixam marcas na vida inteira, seja por meio de uma nova amizade, seja através de um conhecimento que pode abrir novas oportunidades para as pessoas que na maior parte do tempo convivem com a calmaria.

5.2 PARA O BEM OU PARA O MAL? OS EFEITOS SOCIOECONÔMICOS DO FESTIVAL DE INVERNO

O Festival altera a dinâmica do município de Antonina. Durante uma semana há pessoas de diferentes cidades que transitam pelas ruas estreitas de paralelepípedos. São equipamentos de som e luzes espalhados no Teatro Municipal, nas igrejas antigas e na avenida principal. Fica disponível uma programação que inicia pela manhã e se estende até o início da madrugada. Para uma cidade pacata, alguns efeitos são sentidos e foram descritos pelos entrevistados.

Para a pesquisa foram definidos como parâmetros os efeitos sociais e econômicos, os quais se entrelaçam numa relação praticamente simbiótica. Por esta razão, preferiu-se apresentar os resultados sem estabelecer uma divisão entre efeitos sociais e econômicos.

Os eventos culturais são aqueles que abarcam um único tipo de atividade ou diferentes tipos de atividades, tais como: música, cinema, dança, literatura, poesia, dramaturgia etc. O efeito social mais evidenciado pelas entrevistas foi o da disponibilidade de atrações culturais dos mais variados tipos para todas as idades.

Para Gratton e Taylor³⁷ (1995 *apud* RIBEIRO *et al.*, 2005), através dos eventos é possível levar até a comunidade local atuações artísticas de elevada qualidade em um período de tempo curto, já que manter os espetáculos ao longo do tempo é uma opção muitas vezes cara. Isto pode ser confirmado pelos relatos coletados em campo: “Os *shows* que a gente vai assistir são *shows*, são grupos muitas vezes que a gente não teria a oportunidade de conhecer” (A1 – professora da rede estadual de ensino).

Outra pessoa entrevistada evidenciou o fato de serem atrações gratuitas, de qualidade, às quais em situações normais não seria possível ter acesso:

Mais cultura pra gente assim, que... além disso tudo o Festival acaba trazendo algumas coisas que as pessoas não têm oportunidade de vivenciar. Por exemplo a música clássica, *shows* que não poderiam ter outra forma de assistir. E tudo de graça! Teatros também, que a gente vê que o pessoal vai assistir, gosta de assistir. (J1, musicista).

Outro efeito é a interação interpessoal, pois o evento cultural do porte como o do objeto de estudo acaba por congrega na sua cidade-sede pessoas que têm como interesse comum a cultura. Sendo assim, visitantes e residentes acabam por compartilhar espaços em que acontecem oficinas e apresentações culturais e, conseqüentemente, interagem uns com os outros. Esta troca de ideias e aproximação de culturas é um efeito muito positivo, pois pode, inclusive, mitigar as ações de intolerância cultural (COOPER *et al.*, 2001).

É... aquela relação, estabelecimento de amizade que acaba ocorrendo durante o Festival, devido a uma oficina. É legal! É bom até para nosso desenvolvimento social que a gente acaba se desenvolvendo socialmente através desses laços que são feitos durante o Festival de Inverno e acaba, acaba transformando sim! (A1 – professora da rede estadual de ensino).

Por meio desse relato, nota-se que o Festival pode ainda ser, segundo a classificação dos Fatores Motivadores (ou motivacionais), de Lohmann e Panosso

³⁷ GRATTON, C.; TAYLOR, P. D. Impacts of festival events: a case-study of Edinburgh. In: ASHWORTH, G. J.; DIETVORST, G. J. (Ed.). **Tourism and spatial transformations**: implications for policy and planning. London: CAB International, 1995.

Netto (2012, p. 249), de interesse daqueles que buscam satisfazer necessidades físicas e interpessoais:

- **físicas**, que visa à redução da tensão do cotidiano, pois a cidade-sede é considerada tranquila; e,

- **interpessoais**, já que o ambiente criado permite a aproximação entre os participantes e possibilita conhecer novas pessoas com pontos em comum. Muitos que anteriormente residiam em Antonina – mas agora são considerados visitantes – aproveitam a semana para visitar amigos e parentes, podendo desfrutar de atividades culturais, atendendo a uma demanda interpessoal.

Depois de satisfeitas as suas necessidades, o residente volta revigorado para o dia a dia. Da mesma forma, o visitante retorna ao seu local de origem com novos conhecimentos, novas experiências e uma bagagem cultural que anteriormente não existia.

Não só o pessoal que vem, como o pessoal que está aqui. Também o pessoal que vem aqui, que participa, que procura conhecer um pouco da nossa cidade ele sai carregando uma pequena porção do que é nosso, do que é a nossa cultura, da nossa vivência e acaba voltando aqui mesmo depois do Festival de Inverno. (A1 – professora da rede estadual de ensino).

Ribeiro *et al.* (2005) afirmam que os eventos culturais geram uma influência positiva na imagem externa e interna do local em que ocorrem as atividades e, devido a isto, devem ser enxergados como ferramenta estratégica nas vertentes turística e cultural, justificando os investimentos por parte do poder público. A projeção da cidade acontece justamente por causa do acontecimento programado e, conforme a experiência vivida no local, os participantes, ao regressarem aos seus domicílios, tornam-se potenciais divulgadores (SEMEDO, 2008). Segundo uma empresária de meios de hospedagem, alguns hóspedes chegam a Antonina por causa do Festival e acabam se apaixonando pela cidade, o que os faz retornar em outros períodos do ano para conhecer melhor os atrativos.

Com relação aos efeitos para as pessoas fazem-se duas observações. Para algumas pessoas, através dos conteúdos apresentados e tarefas realizadas durante as oficinas, torna-se possível o conhecimento (ainda que superficial) de atribuições de alguns profissionais. Um dos entrevistados afirmou que com a oficina do Caranguejinho (jornal diário, cujas notícias são elaboradas por crianças e adolescentes, que circula pelos estabelecimentos da cidade com os acontecimentos

do evento) sentiu um pouco como é a rotina dos repórteres e jornalistas: “não é fácil! Todos os dias tem que ter uma notícia. E tem que ser boa para ser selecionada pelo editor” (J2, estudante).

Outras pessoas relataram que a partir do conhecimento obtido durante as oficinas buscaram o aprimoramento para o exercício de uma ocupação, profissão ou ofício, como uma forma de auferir renda.

Então ele [o evento] traz benefícios pra eles [participantes] e esse benefício não fica só para aqueles nove dias, mas fica para o resto do ano, sabe? E pra vida inteira deles. Conheço muitos amigos meus que começaram no Festival de Inverno com aula e hoje já trabalham nesse ramo porque gostaram. (PP1 – representante do Poder Público).

Olhe, pra mim fez! Porque me descobri numa atividade que eu nunca imaginei que pudesse fazer: cerâmica. Eu sempre achei que não teria habilidade pra trabalhos manuais [...] Então, isso aí, essa habilidade manual, eu nunca tive e nunca experimentei. E de repente no Festival de Inverno eu descobri mais isso. Então ele me ajuda a fazer restauração, sabe, restauração de imagens que eu gosto, quebra e daí eu já faço mãozinha, faço cola, já aprendi a colar... eu primeiro comecei com barro, agora já uso gesso... então assim como essa descoberta, poderia haver outras descobertas e pra muita gente. (I2 – professora da rede estadual de ensino aposentada).

Para a professora aposentada, houve um despertar para novas atividades. Ela identificou em si uma capacidade manual que antes era desconhecida. Houve, portanto, o aumento da autoestima. Ao levar esta observação para o plano coletivo, de agrupamento social, tem-se que, ao conviver com visitantes e turistas e perceber que estes admiram a cultura local, a própria população pode se interessar para mostrar aquilo que tem de melhor, reforçando sua identidade ou patrimônio cultural material e imaterial (SMITH, 1989; BARRETTO, 2001; DERRETT³⁸, 2003 *apud* JEPSON; WILTSHIER; CLARKE, 2008). No caso de Antonina, o Festival acende o orgulho das próprias manifestações culturais, fazendo com que os grupos culturais locais se apresentem nas ruas, praças e até mesmo no Teatro Municipal (Figura 11).

³⁸ DERRETT, R. Making sense of how festivals demonstrate a community's sense of place. **Event Management**, 8, 2003, p. 49–58.



FIGURA 11 - APRESENTAÇÕES DURANTE O FESTIVAL DE INVERNO DE GRUPOS CULTURAL E ARTÍSTICOS DE ANTONINA: BLOCO BOI BARROSO, BALÉ DE ANTONINA E GRUPO DE SERESTA CANTO DO MAR.

FOTOS: Carina Kuretzki e Ana Lino.

FONTE: UFPR/PROEC (2014).

Ainda dentro das questões sociais envolvidas, Nash (1989) aponta que relações entre visitantes e anfitriões são consideradas desiguais porque, enquanto uns descansam (desfrutando do sagrado), os residentes trabalham (estando presos ao que o autor chama de profano).

[...] pra cidade é uma coisa meio mágica. Tem gente que critica algumas coisas, no entanto, são pessoas que não são empreendedoras, pra começar, são pessoas que não sabem aproveitar oportunidades, são pessoas que quando tem um evento na cidade querem festar junto e nem sempre você pode fazer isto porque existe a tua época de festar e existe a tua época de trabalhar. Entendeu? Quando acontecem eventos é época da gente correr, trabalhar e trabalhar bastante. (E2 – empresária, restaurante).

Trabalho. É este um dos resultados da existência de um evento em uma cidade pequena e com fragilidade no que se refere ao provimento de recursos econômicos, principalmente nos meses que estão fora da temporada turística (BAHL, 2004). O evento acontece em julho, mês que para as cidades litorâneas é considerado como baixa temporada.

E quando tem essas entidades como a UFPR, ou outra que traga algum evento pra nós, nós temos mais é que nos dedicar, receber bem, tratar bem porque eles alavancam o nosso comércio sim, [...] Eu só gostaria que tivesse mais um no ano, não só no inverno, de repente um não no “verãozão”, mas no meio do verão, sei lá na primavera, adoro a primavera...

então, acho que assim... poderia ter mais um porque pra nós seria um presente. (E2 – empresária, restaurante).

Neste trecho considera-se ter ficado claro que os acontecimentos programados movimentam os estabelecimentos comerciais. A empresária também fez questão de frisar que o verão é o período em que mais se recebem turistas e visitantes, não sendo, portanto, necessária a existência de mais um evento, mas em outros momentos que, sob sua ótica, são considerados meses de menor movimento. Em outro ponto da entrevista ela acrescentou que a área de influência no comércio ia além de restaurantes e hotéis:

Então o Festival alavanca o comércio todo, porque não é só restaurante como é o meu caso. É hotelaria, supermercados, quitandas, barzinhos, por que não lojas também? Porque sempre alguém pode precisar de alguma coisa, sempre esquece, é um friozinho inusitado que veio, uma jaqueta a mais que tem que comprar, uma chuvinha que caiu, entendeu (?), é um guarda-chuva que tem que comprar. (E2 – empresária, restaurante).

Ferraz (2008) afirma que o consumo por visitantes deixa divisas no destino, injeta dinheiro na economia local e, em se tratando de municípios de pequeno porte, são beneficiados pequenos artesãos, cooperativas, microempresas e empresários individuais. Em Antonina identificou-se haver alguns estabelecimentos comerciais que vendem produtos feitos artesanalmente, como é o caso de *souvenires* e alimentos (doces, compotas, sucos, conservas), fornecidos pelos artesãos antoninenses e também pelos produtores rurais de Morretes, município vizinho. Sendo assim, os ganhos decorrentes do ingresso de divisas ultrapassam os limites da cidade-sede e acabam beneficiando, ainda que indiretamente, a economia morretense.

Para atender toda essa demanda por produtos e serviços os empresários acabam por aumentar o quadro de funcionários, na maioria das vezes suprindo vagas temporárias, mas que podem ser consideradas como uma oportunidade para os trabalhadores terem seus préstimos avaliados.

E o Festival proporciona empregos diretos, você contrata diaristas, as pessoas estão meses desempregadas e pelo menos uma semana está ali ganhando o sustento da família. Entendeu? E às vezes algumas dessas pessoas que a gente pega nesse período acaba se efetivando, você acaba dando oportunidade de emprego. (E2 – empresária, restaurante).

Emprego é um dos efeitos, nesse caso do turismo, apontado por Lickorish (2000). Para esse autor, oportunidades de emprego e renda são decorrentes do ingresso de visitantes e turistas em determinado local. Um dos empresários chegou a comentar que a renda obtida durante a jornada de trabalho estendida – para poder atender toda a demanda decorrente do Festival – permitiu que conseguisse dar entrada no financiamento de um automóvel.

Quanto aos efeitos considerados indesejáveis, praticamente todos os entrevistados afirmaram que não conseguiam identificar aspectos negativos. Uma das entrevistadas preferiu chamar de “ponto a melhorar”. Para ela, seria interessante que a divulgação fosse muito bem trabalhada para que não se

[...] incorra no erro das pessoas acharem, principalmente os estudantes universitários, que é pra vir pra fazer bagunça porque é legal ficar na praça bebendo e batendo papo com amigos... clima universitário? Não! É tentar tirar esse foco de programa bom, barato e que acaba atraindo às vezes um público que não é o público que a gente gostaria. (E3 – empresária, meios de hospedagem).

Outra entrevistada também apontou esse fato como algo que outras pessoas disseram a ela que poderia ser considerado negativo. Todavia, para ela não chegava a ser da maneira como falaram: “Não observo tanta... antigamente se dizia que no Festival de Inverno só vinham os maloqueiros pra cá [risos] mas... acho que... não vejo dessa forma” (J1 – musicista).

Smith (1989) afirma que o turismo — no caso aqui analisado, o turismo decorrente do evento — gera como impacto negativo o uso de entorpecentes e bebidas alcoólicas. A professora aposentada apontou tal fato como “incômodo” e não como efeito negativo.

Um incômodo que as pessoas falam – não sei, porque eu já moro pra cá – mas eles dizem assim: “tá trazendo a bebida”, “tá trazendo aqueles jovens assim”... Mas agora a gente vê em toda parte. A gente vê por aqui também. Então as pessoas falam: “ah, vem aquela molecada não sei o quê...”, mas nós também temos molecada. Então não... nós estamos perto agora dos meios de comunicação que deixam você perto de qualquer coisa. De qualquer coisa! Tudo o que está acontecendo no mundo você tem segundos pra saber. Então ninguém ensina mais ninguém de coisa ruim. Então eu acho assim. (I2 – professora da rede estadual de ensino aposentada).

Apesar de Smith (1989) há mais de duas décadas afirmar que tal fato é em decorrência do turismo, a entrevistada colocou que, na era da tecnologia e facilidade

de acesso aos meios de comunicação, as pessoas podem aprender “coisas ruins” através dos recursos midiáticos.

Embora esses relatos demonstrem preocupação com o aumento da quantidade de usuários de entorpecentes e álcool, as pessoas consideraram que este é um evento cujo público é mais disciplinado que os foliões que participam do Carnaval, já que está mais interessado em “curtir” o clima que se instaura na cidade.

5.3 FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR OU DE ANTONINA?

Para investigar de que maneira o evento está integrado com a realidade local (a população enquanto proponente e participante das atividades programadas: oficinas, espetáculos, minicursos, apresentações, dentre outras) foi perguntado aos sujeitos se o formato atual do evento reflete a necessidade e a vontade dos antoninenses e se eles conseguiam visualizar a cidade sem o Festival.

Para a primeira pergunta a maioria das respostas mostraram que a forma como o evento está sendo pensado é diferente do que seria o ideal para a população, demonstrando que é necessária a sua reformulação. Neste ponto cabe destacar que os entrevistados conseguiram – embora a pesquisadora não houvesse solicitado – avaliar separadamente as atividades existentes no Festival.

Os minicursos, que são bem específicos (como, por exemplo, técnicas de fotografia ou de cinema) e para um público bem delimitado (fotógrafos, produtores de teatro e cinema, professores da APAE etc.), não foram mencionados porque dentre a seleção da pesquisa não havia quem pudesse tecer mais detalhes sobre a satisfação, ou não, com o conteúdo ministrado. Já as peças teatrais e apresentações culturais realizadas nas igrejas católicas foram muito bem avaliadas.

Tá certo que eu fico dentro do meu estabelecimento trabalhando, tenho pouca oportunidade de sair, ocasionalmente consigo ir ao teatro só, e também no coral que acontece na igreja que eu acho aquilo magnífico, aquilo pra mim é melodioso, eu amo escutar aquilo ali, pena que eu tenho pouca oportunidade de ver. (E2 – empresária, restaurante)

A edição que me marcou foi a de 2013 que nós estivemos participando lá na Igreja São Benedito, assistindo. Aquela (apresentação de música celta) marcou muito, muito, muito. Eu me vi vivenciando os tempos de Robin Hood, de Camelot [pausa] me vi vivenciando uma época, assim, que antes era só em forma de leitura. E eu acabei ouvindo aquela música, assimilando aqueles instrumentos... aquela parte assim foi bem marcante. E a de 92 porque foi a apresentação com canhões. Então foi muito bonito e esta

música que eles apresentaram até hoje marcou a minha vida e cada vez que eu escuto me volto àquela apresentação, aquele espetáculo, os canhões, a expectativa dos disparos, a sincronia... essa foi bem marcante mesmo. (A1 – professora da rede estadual de ensino).

Entretanto, as oficinas e *shows* que ocorreram no palco principal receberam algumas críticas. Para uma das entrevistadas, seria preciso observar que muitas famílias saem de casa para assistir aos *shows* que acontecem na avenida e, por isso, possuem maior quantidade de espectadores. Ela mencionou que tivera uma experiência negativa ao assistir a uma apresentação de um cantor que proferiu muitos palavrões e, nas palavras dela, “Palavrão pra mim não é cultura. É baixaria!” (E2 – empresária, restaurante).

No que se refere às oficinas, muitos afirmaram que as propostas não estavam sendo interessantes para a população. Muitos alegaram desconhecimento de como são feitas as escolhas das oficinas, e que não sabem como fazer chegar ao pessoal da Universidade a avaliação da oferta, do desempenho dos professores e do conteúdo das oficinas. O que se tem conhecimento é que, no ano de 2014, a entidade promotora publicou editais para que os interessados apresentassem propostas de oficinas e espetáculos, o que induz a pensar que se houver melhor divulgação do processo seletivo, possivelmente a população teria noção de como acontecem as seleções.

Um pouco da falta de interesse de parte da população com relação às oficinas se deve, segundo os entrevistados, à desconexão da realidade dos antoninenses e à falta de atualidade dos temas trabalhados.

A gente vê que a cidade é mais voltada para o lado musical mesmo. Você vai ver todo mundo quer cantar, todo mundo quer tocar, aqui na cidade é assim. Então... Talvez, eu acho que agora um pouquinho mais está voltado pra música assim, tanto pra dança tudo. (J1 – musicista).

Eu particularmente não ouço de qual a necessidade de oficinas... não digo só pra comunidade, mas para as pessoas em geral. O que tá rolando por aí? O que tá acontecendo por aí no mundo? Muita gastronomia, muita tecnologia. Eu não sei que tipo de pesquisa é feita pra colocar as oficinas. (E3 – empresária, meios de hospedagem).

As críticas existiram, mas elogios também foram feitos. Para uma entrevistada, a oficina de coral foi muito gratificante e a de gastronomia caíçara provocou uma mudança muito grande na sua visão de mundo, pois foi possível

[...] aprender aquilo que é típico nosso, aquelas comidas que pra gente é cotidiano, é sem expressão, mas que, depois dessa oficina, ela passou a ter um valor histórico, porque isto não é apenas uma comida simplória, é uma comida tradicional, é uma comida que acaba traduzindo um pouquinho da nossa história, um pouquinho do que nós produzíamos aqui, um pouquinho do que a cidade tinha [...] antigamente eu achava, assim: É a comida do pessoal do sítio, que a gente costumava dizer. Hoje não! Hoje é a comida típica nossa. Uma comida da nossa cultura, da nossa história, de pessoas que fizeram a nossa História. Então acabou transformando não só o assistir, como participar. (A1 – professora da rede estadual de ensino).

Cultura, segundo Claval (2014), é o conjunto dos comportamentos, dos saberes, das técnicas, dos conhecimentos e dos valores que vão se acumulando ao longo do tempo pelos integrantes dos grupos e que são passados de uma para outra geração. Infere-se que a pessoa que participou da pesquisa (contribuindo com esta declaração) não tenha tido contato com as várias definições de “cultura” e as diferentes abordagens científicas para o estudo da cultura no âmbito das Ciências, neste caso no Universo Reificado. Entretanto, por meio de uma oficina de 20 horas de duração, esta pessoa conseguiu compreender o que é Cultura e estabelecer um paralelo com a realidade dela. Nesse sentido, tal oficina do Festival viria a ser um facilitador da transferência de conhecimento do Universo Reificado para o Universo Consensual, embora a categoria eventos não tenha sido contemplada por Guareschi (2002, p. 212).

Em outra conversa, a professora aposentada enfatizou que Antonina possui muita riqueza histórico-cultural e que as novas gerações precisam ter consciência disto. Ela disse que as ruínas do Armazém Macedo, localizadas próximo da Praça Feira-Mar, são um “testemunho de uma fase que Antonina era o 2º porto exportador. Porque ter um armazém daquele construído dentro do mar, com toda aquela engenhosidade, é porque é uma cidade muito importante”, e as oficinas do evento podem promover a transferência desse conhecimento e deste modo de enxergar para o senso comum.

Também houve relatos em que as entrevistadas mostraram nostalgia com relação às experiências que tiveram durante a infância:

[...] Eu lembro que quando a gente era pequena a gente chegava a ficar de uma a duas horas na fila pra fazer a inscrição. [...] você tinha que ir cedo pra conseguir as vagas. E a pessoa podia fazer 2, 3, 4 e daí sobravam aquelas oficinas mais... e a gente acabava fazendo e no fim era interessante, e se tornava legal se a qualidade do professor for legal. (E3 – empresária, meios de hospedagem).

[...] e antigamente também a gente tinha até curso de circo, vinha um circo pra cidade... isso eu sinto assim que o pessoal sente muita falta assim. Você vai comentar com as pessoas da cidade a maioria das pessoas reclama pela falta. Tinha um circo que vinha todos os anos no Festival e acho que faz uns 10 anos já que deixou de vir. (J1, musicista).

Alguns colocaram esse afastamento entre a promotora do Festival e a população como falta de diálogo entre as partes. Houve o reconhecimento de que os promotores da UFPR se esmeram para a realização e manutenção do evento e que os antoninenses não se organizam para auxiliar a Instituição nas várias fases que englobam um evento.

Olhe, eu não sei qual é a vontade da população mais. Quando eu estava próximo, por eu ser daqui de Antonina e um dos seus idealizadores, eu fazia o elo entre a população, quando eu digo população é população organizada [...] nos últimos 10 anos houve um distanciamento muito grande, não vou pôr culpa em alguém. Eu sei que houve um distanciamento muito grande. Se houve um distanciamento entre dois parceiros, sinal que os dois parceiros não se procuraram. Em casa é assim. Não é? (I1 – professor universitário aposentado).

Alguns entrevistados sugeriram uma comissão formada pela população organizada para conversar com a Universidade e mostrar quais as carências apresentadas para que, por meio de oficinas, estas sejam reduzidas.

[...] eu acho que falta mais essa conversa, mesmo, assim, do que seria bacana pra cidade no momento. O que vocês acharam que foi legal e que não teve mais. Talvez se fosse criado uma comissão da cidade com o pessoal da Federal pra se discutir isso... (J1, musicista).

Ribeiro *et al.* (2005) alertam que a população de um local precisa participar ativamente em todo o processo de realização de um evento cultural, buscando, desta forma, conciliar os interesses de todos os envolvidos. Esses autores também entendem que, ao integrar as partes, a atividade turística decorrente é traduzida em desenvolvimento local.

Já para Siqueira (2009), se é relatado por meio do discurso dos residentes que há um distanciamento entre organização e operacionalização dos acontecimentos programados, pode-se interpretar que, em algum ponto, verifica-se a exclusão social. Uma empresária disse que é preciso pensar nas pessoas que vivem na zona rural de Antonina:

A periferia é longe, e as oficinas se concentram mais no centro. Mas uma criança que mora no Bairro Alto, que fica a 20 km do centro, ela não tem condição de participar. Então, a parte de locomoção dessas pessoas? Como que faz? Talvez trabalhar um pouco mais nesse sentido. Não seria nem negativo, mas se é objetivo da Universidade Federal divulgar a parte cultural, cursos, que seja para todos. Não só pra quem tá aqui. Nós somos privilegiados porque estamos no centro. (E3 – empresária, meios de hospedagem).

Abaixo, a Figura 12 reflete a distância entre o centro da cidade e a região citada pela entrevistada. O Bairro Alto está localizado a 30 quilômetros do centro e o acesso é feito pela rodovia PR-340. A estrada é do tipo simples, pavimentada, bem sinalizada e com paisagens da vegetação típica do bioma Mata Atlântica. Atualmente existe uma linha de transporte público que liga o centro ao Bairro Alto em diversos horários³⁹.

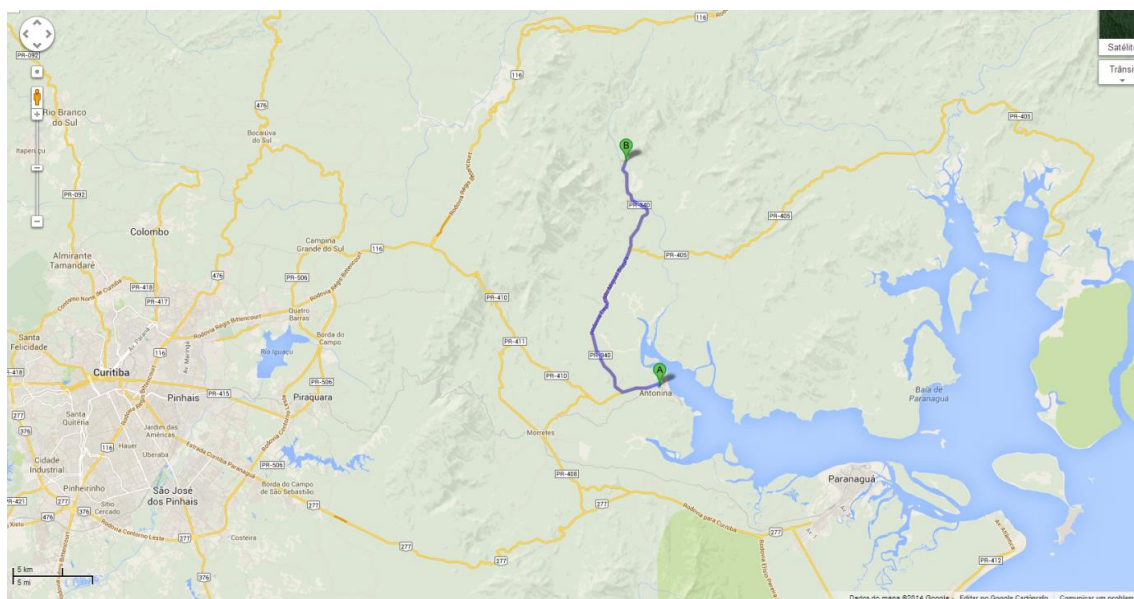


FIGURA 12 - TRAJETO CENTRO DE ANTONINA (PR) AO BAIRRO ALTO.
FONTE: Google maps (2014).

Porém, afirmar que há exclusão não seria o mais correto a se fazer, pois, pelo que foi observado através de relatos e das publicações referentes ao Festival de Inverno, os promotores da Universidade têm buscado definir uma programação que consiga atender aos anseios de residentes, visitantes e turistas.

³⁹ Em abril de 2015, os horários no sentido bairro eram: 5 h 15 min, 7 h, 12 h, 16 h, 18 h 15 min (exceto aos sábados), 20 h 45 min nos dias úteis e 8 h, 12 h, 16 h e 20 h 45 min aos domingos e feriados. Os horários no sentido centro eram: 6 h, 8 h, 13 h, 17 h 15 min, 19 h 15 min (exceto aos sábados), 21 h 30 min, nos dias úteis e 9 h, 13 h, 17 h e 21 h 45 min aos domingos e feriados. A tarifa era R\$3,40.

Em quatro entrevistas os sujeitos afirmaram que em 2014 houve uma pequena mudança no sentido de intensificar as relações entre população, Prefeitura e Universidade. Segundo a professora da rede municipal de ensino, alguns professores e bolsistas da UFPR realizaram palestras para professores em diversas escolas antoninenses ao longo do primeiro semestre do ano, permitindo que fosse conhecido um pouco da realidade local para que, na semana do evento, fossem realizadas atividades que exercessem atratividade para o público.

Cabe ressaltar que foi um ano bem atípico devido à realização da Copa do Mundo de Futebol – Copa da FIFA – no Brasil. Este megaevento, dentre tantas outras interferências, provocou a alteração do calendário escolar de praticamente todas as escolas do país. Logo, constatou-se que a semana do Festival – que desde as primeiras edições acontece no início de julho – foi transferida para 19 a 26 de julho, o que atrapalhou um pouco, tendo em vista que muitas escolas já haviam reiniciado as aulas. No caso das escolas de Antonina, algumas dispensaram das aulas aqueles alunos que optaram por participar das oficinas.

Verificou-se que, por conta dessa pouca compatibilidade entre calendários, algumas oficinas foram realizadas dentro das escolas, promovendo a descentralização das atividades e integrando alunos das escolas que se encontram um pouco mais afastadas do centro. De acordo com o relato da entrevistada, isto foi muito produtivo: “Achei bacana os cursos nas escolas. Ao invés de fazerem num lugar só. A única coisa ruim foi que eram poucas vagas” (A2 – professora da rede municipal de ensino).

Nesse sentido, nota-se que o formato definido inicialmente ainda poderia ser eficiente em alguns pontos, pois foram contempladas atividades que permitiam ao participante não ser apenas um espectador, mas exercer uma ação, uma interação com seus pares. Contudo, o modelo pode requerer uma avaliação no intuito de promover melhorias.

São 20, 25 anos. O mundo mudou. A cidade mudou, pra melhor, pra pior, mas ela mudou. Principalmente hoje, ela é uma cidade tombada pelo patrimônio nacional [...]. O formato que nós fizemos em 90, 91, em 93 que teve realmente um tripé, esse é o formato ideal e depois nós fizemos o 4º, 5º, 6º, 7º e até hoje meio que é o mesmo formato. Mas só que a gente tinha focos. A gente era focado em uma ideia, em uma área. E o que eu senti durante esses últimos anos é que perdeu o foco. (I1 – professor universitário aposentado).

Se por um lado parte dos sujeitos afirmou que o evento não está ocorrendo segundo a necessidade ou desejo da sociedade local, ou seja, ela está excluída das atividades de planejamento (que envolve a escolha dos tipos de oficinas), por outro lado, parte deles demonstrou sentir que o Festival já faz parte da história da cidade, do seu calendário, ou ainda, da história de vida das pessoas que residem em Antonina.

Assim, quando foi perguntado se os entrevistados conseguiam imaginar a cidade sem o evento, muitos disseram que não. As declarações mostraram que, em geral, as pessoas apresentam muita afetividade para com o evento, e reconhecem que é imprescindível uma contrapartida por parte da população e essencialmente por parte do poder público local.

Não. Não. Não. Não. Acho que eu iria chorar, eu sou uma pessoa chorona por natureza, eu choro por causa de coisas boas, choro por causa de coisas ruins, choro por causa de coisas tristes e choro principalmente quando alguém vem pra tua cidade, oferece uma coisa boa e bonita pra ela e ela não dá o devido valor [...]. Essas pessoas acabam se cansando, zarpando e saindo fora, batendo asinhas e voando. Acho que um dia, se isso acontecesse, eu ia chorar muito! Não só por causa de finanças, porque hoje em dia eu consegui alavancar e sobrevivo com o meu dia a dia, não dependendo muito de Festivais. No entanto, é pela proposta que ele oferece pra cidade. (E2 – empresária, restaurante).

Nós teríamos um vazio. [...] Na verdade ela (a cidade) tem que dar melhores condições até. Acho que o poder público tinha que ver esse tipo de coisa e melhorar as condições. Porque o evento traz retorno para o município. Em contrapartida eu não sei o que o município oferece para o Festival. (E1 – empresário, alimentação).

Houve ainda uma declaração que buscou fazer uma analogia, no intuito de tangibilizar um sentimento com relação ao evento.

Ah, sem o Festival? Seria mais uma perda. Seria como uma pessoa da nossa casa que... uma pessoa de idade – uma avozinha – que você tem e que você “ai, minha avozinha tem cheirinho de xixi. Puxa vida ela atrapalha, vou trazer meu namorado aqui...”. Então você até acha isso. E de repente a vovó morre. E daí você sente o grande vazio que foi a perda daquela vovó. Às vezes isso é com uma mãe, com um pai, com um tio, com uma pessoa que você não sabia que ia perder e que de repente perde. Então eu acho que o Festival, hoje, se nós perdêssemos, seria mais uma facada. Mais uma facada, sabe? Não se pode perder. A cidade não pode perder. A cidade tem que se aliar à Universidade e tem que dizer pra Universidade que é importante. (I2 – professora da rede estadual de ensino aposentada).

Este recurso utilizado pela entrevistada em seu depoimento, comparando o evento à imagem de uma pessoa idosa que necessita de cuidados especiais, é o

que na Teoria das Representações Sociais é conhecido como o processo de objetivação, que é a intenção de materializar aquilo com que não se tem tanta familiaridade. Durante a entrevista, a senhora demonstrou que ainda não havia parado para pensar na possibilidade de perda do evento.

Houve ainda pessoas que, mesmo com muito receio, afirmaram imaginar como seria a cidade sem o evento.

Eu acho que tende a ficar sem. Eu acho que a Universidade, apesar dos pesares, ela insiste em fazer o Festival. E a comunidade ignora o Festival. Não há um movimento “pró-Festival” (“nós queremos o Festival”), nem um movimento político. Porque o político parece que o Festival é uma despesa (“ai, vem a turma de novo da Universidade [...]). Parece, eu falei, viu? [...] A comunidade não vai deixar acabar o Festival. Que comunidade? A Universidade não vai deixar porque as pessoas afins da Universidade querem que o Festival exista e a cidade que também... não quer. O duro que a cidade aqui só corre atrás quando perde. Entende? Então tem que perder, tem que dizer assim “não vai ter mais” pra poder correr atrás. Aí é horrível! Resgatar às vezes resgata somente um pedaço. (I1 – professor universitário aposentado).

Ainda nesta resposta, o professor universitário aposentado mencionou que o papel principal da instituição organizadora é o ensino, deixando prejudicados o eixo da pesquisa e mais ainda o da extensão, sendo que este último é o que afeta profundamente o desenvolvimento de um evento do porte do Festival de Inverno. Ou seja, segundo sua análise, os investimentos estão sendo escassos quando a proposta é a do eixo de extensão que cuida essencialmente do “desenvolvimento material e espiritual da comunidade” (UFPR, [s. d.], p. 24).

Outra entrevistada procurou contribuir fazendo uma diferenciação entre a perda para os moradores e a perda para os empreendedores locais.

Sim. Eu consigo. [pausa com respiração funda] seria bem preocupante e bem triste também. Aí é como você perder algo... 25 anos, né? Não é um ano! Não é igual a eventos pequeninhos que faz um ano e no outro ano não existe mais. Como que fizeram o Antonina *weekend* que era dos restaurantes, fizeram um, o segundo e no outro ano acabou. É diferente de algo que se torna parte da história de pessoas com mais de 25 anos. Quer dizer, sempre viram... então vai ser bem triste. Eu consigo imaginar a cidade, mas acho que seria uma perda imensurável porque já é um evento muito consolidado. E na cabeça da comunidade também. [...] Comercialmente falando seria péssimo [...] (E3 – empresária, meios de hospedagem).

Os posicionamentos aqui apontados indicam que a população já ancorou esse evento como seu. Aquele estranhamento que inicialmente existia se

transformou em apropriação, incorporação da situação ao seu cotidiano. Embora o Festival ocorra apenas em uma semana do ano, para os entrevistados o inverno precisa estar acompanhado dele.

No começo a gente ficou assim (nossa!), era novidade. E toda novidade a gente recebe com certo receio, com certo pé atrás. Então até você ver... É realmente isso! A gente até estranhava, achava assim: “nossa! Isso daí não vai vingar, não vai durar, é fogo de palha...” E esse fogo de palha já dura 24 anos. Então... no começo houve uma certa resistência, mas depois a gente acabou assimilando, incorporando... e não quer que faça falta. (A1 – professora da rede estadual de ensino).

E é desta forma que é possível afirmar que a Teoria das Representações Sociais se mostra válida inclusive no que se refere aos eventos, pois, concordando com afirmação de Moscovici (2012), no caso aqui analisado o não familiar passou a ser familiar para muitas pessoas que integram determinado grupo.

Sendo assim, embora algumas reclamações existam com relação a determinados pontos da programação, notou-se que os investimentos afetivos evidenciados levam a afirmar que o Festival de Inverno é de Antonina, pois as pessoas do pequeno município consideram o evento um elemento muito importante das férias de julho, sendo considerada uma perda irreparável caso um dia ele deixe de existir.

5.4 FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR: UM ATRATIVO TURÍSTICO DE ANTONINA

Os atrativos turísticos são “locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los” (BRASIL, 2004, p. 27). Como apontado anteriormente, o Festival de Inverno da UFPR é um evento que ocorre uma vez ao ano, cuja programação se estende de um sábado a outro, fazendo parte desta agenda cursos, oficinas, espetáculos em espaços fechados e na avenida principal da cidade de Antonina. Verificou-se que pessoas se deslocam até Antonina para assistir aos *shows* e ter aulas sobre assuntos que lhes interessam, permanecendo no destino por todo o período de duração do evento. Portanto, pode ser considerado um atrativo turístico.

Dentre as categorias de atrativos definidas pelo Ministério do Turismo, um evento é classificado como acontecimento programado (BRASIL, 2004). De acordo

com as categorias de Lohmann e Panosso Netto (2012), este tipo de atrativo é: temporário; cognitivo, pois há o enriquecimento dos níveis cultural e educacional; no caso do festival é gratuito, pois não se cobra taxa de ingresso ou uso da atração; e público, já que quem o organiza é uma instituição pública. Porém, não se pode omitir que há um conjunto⁴⁰ de organizações públicas e privadas que patrocinam ou apoiam tal iniciativa.

Mas e a população? Seus membros acreditam que exista uma relação tão estreita entre o Festival e o turismo? Um dos objetivos específicos definidos para esta pesquisa foi o de verificar se os antoninenses veem o evento como um atrativo turístico. Para tal, a pergunta constante do tópico-guia variou entre: “você consegue manter alguma relação do evento com o turismo?” e “você acredita que o evento possa ser considerado um atrativo para que turistas viajem até Antonina?”.

Por meio do senso comum, os entrevistados demonstraram possuir uma noção do que seria um atrativo turístico e responderam da maneira que compreendiam a atividade turística. Os empresários – que são os que estavam mais diretamente ligados à atividade – foram os que responderam de forma mais abrangente, procurando, além de fornecer a resposta, fazer uma análise do Festival e da cidade.

Um evento como o Festival de Inverno, cuja duração é de uma semana, proporciona o aumento da estada do turista na cidade. Segundo uma das entrevistadas:

[...] são 7 dias, e 7 dias com a pousada lotada! Então isso pra você distribuir durante o ano é muita coisa. E eu que sou pequena [...]. O Festival é ainda melhor do que o Carnaval pra nós, financeiramente falando, porque ele é mais longo. Então as pessoas se preparam mais, elas vêm dois ou três dias antes e acabam indo dois ou três dias depois. (E3 – empresária, meios de hospedagem).

Embora tenha havido um reconhecimento entre os entrevistados de que o Carnaval de Antonina é um evento de grande projeção no Paraná, eles mencionaram acreditar que o Festival está sendo o que mais movimenta o *trade* turístico, pois naquela festa muitos acabam usando a casa de parentes como meio

⁴⁰ Segundo o *site* da UFPR/PROEC (2014), a edição de 2014 foi patrocinada pela Caixa Econômica Federal e pelo Ministério da Cultura, através da Lei de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet). Dentre os apoiadores estão: IPHAN, Secretaria de Estado da Cultura, Secretaria de Estado do Esporte e do Turismo, FUNPAR/UFPR, Itaipu Binacional, Fecomércio do PR/SESC, Serra Verde Express e Ecovia. Fonte: <<http://www.proec.ufpr.br/festival2014/>>. Acesso em: 09 jan. 2015.

de hospedagem e de restauração (ou alimentação). Por isso, na percepção de um dos entrevistados, o Festival tem mais representatividade turística do que o Carnaval.

Mas turismo o cara fica no hotel, o cara vai almoçar num restaurante, compra um artesanato, faz um passeio de barco, tal. E o Festival de Inverno até o 12º, 14º, 15º, mais ou menos, a gente recebia em torno de 1200 pessoas hospedadas, com três refeições por dia, durante no mínimo cinco dias. O carnaval é três dias, dois. Então já foi o evento turisticamente mais importante para o município, o que mais trouxe renda. (I1 – professor universitário aposentado).

Nesta fala é possível verificar que, para esta pessoa, o evento perdeu um pouco de sua importância no cenário turístico. Segundo o relato, o Festival atraiu pessoas do Brasil inteiro e até mesmo do exterior: “O Festival é um grande projeto que poderia vir pessoas do Brasil inteiro, que hoje não vem e até o 6º vinha. Isso eu tenho dados oficiais. Desde Belém do Pará até Buenos Aires”.

Posteriormente, ao conversar com a entrevistada E3, verificou-se que os turistas que chegavam à cidade para participar do Festival eram oriundos da região norte do Paraná, sendo provenientes das cidades de Londrina, Maringá e Campo Mourão. Tal evidência permite afirmar que o Festival de Inverno perdeu um pouco de sua atratividade ao longo dos anos, reduzindo a sua hierarquia (RUSCHMANN, 2000), visto que os turistas de cidades mais distantes perderam a motivação para se deslocarem de suas residências com o intuito de participar do evento.

Ainda como atrativo, durante a conversa com o entrevistado I1 verificou-se que em meados dos anos 2000 as secretarias de cultura e turismo (na época eram pastas separadas na estrutura administrativa municipal) trabalharam em conjunto para fazer da semana do evento um momento em que tanto turistas quanto residentes pudessem aproveitar o máximo dos demais atrativos da cidade. A ideia era convidar a todos para um local em que “além do Festival você pode passear de barco, você pode andar a noite pelas ruas da cidade, ouvir uma seresta, participar das oficinas do Festival, saborear um bom barreado, no mínimo você pode vir pela Estrada da Graciosa que é belíssima” (I1 – professor universitário aposentado). Para uma das edições foram organizados até mesmo passeios de carroça pelo Centro Histórico no intuito de reviver o passado.

Desta forma, nota-se que o Festival de Inverno pode atuar tanto como atrativo, sendo o motivo principal do deslocamento, quanto como complemento da

oferta turística (BAHL, 2004). Em uma das entrevistas, foi comentado que as pessoas chegam a Antonina para ministrar cursos, para participar de oficinas e retornam em outros períodos do ano para conhecer mais dos atrativos que a cidade oferece. Identificou-se que as atividades ficam dispostas no centro da cidade (Figura 13), mas tanto nos meios de hospedagem como nos restaurantes e prédios públicos faz-se a divulgação de outros pontos a serem visitados.

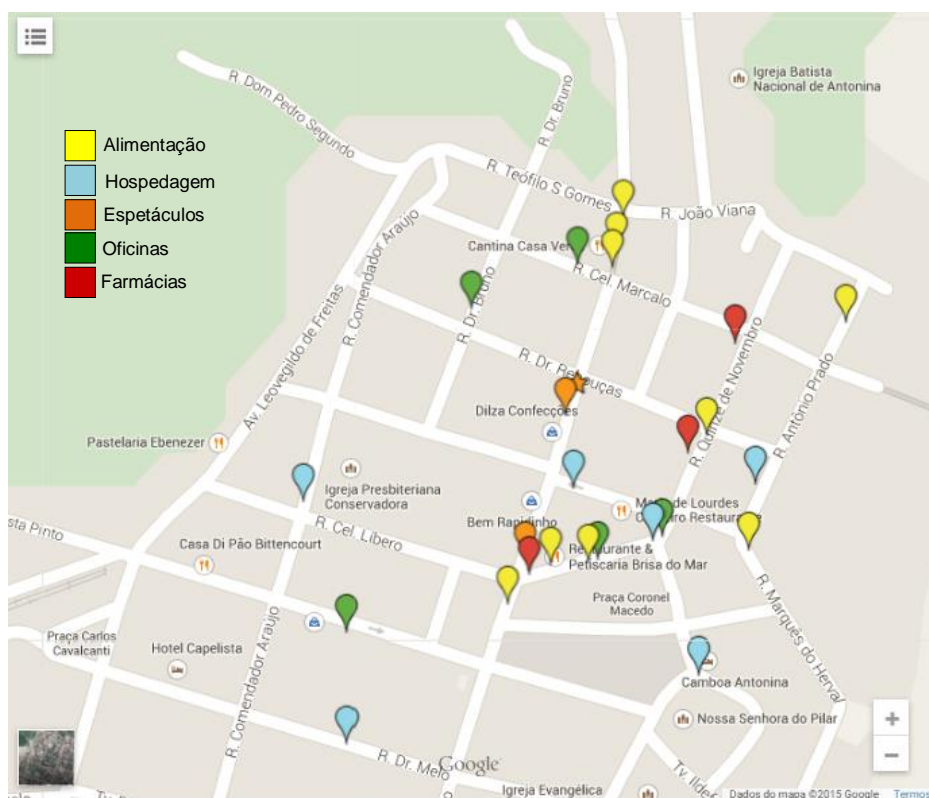


FIGURA 13 – DISTRIBUIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS NO CENTRO DE ANTONINA, PARANÁ.
FONTE: UFPR/PROEC (2014).

Por outro lado, atrativos como o *rafting* no Bairro Alto, caminhada até o Pico do Paraná ou ainda um passeio de barco pela baía podem não ser tão agradáveis no mês de julho – mês que em Antonina são registradas médias de temperatura de 15 a 17° C e média de 13 dias com chuva (VANHONI; MENDONÇA, 2002) – para algumas pessoas. Nesse sentido, a oferta torna-se mais conhecida pelos visitantes, os quais podem retornar ou divulgar o destino para outras pessoas. Borja, Casanovas e Bosch (2008) afirmam que essa comunicação verbal interfere diretamente na atitude dos consumidores, inclusive no processo de escolha de um destino.

Uma das entrevistadas afirmou que o evento, além de atrair as pessoas para a sede, promove a divulgação do destino sendo mais que mera possibilidade, mas uma realidade, como segue:

O objetivo dele é trazer as pessoas também que venham conhecer a cidade. Então, se conhece, se lá nas salas você faz a divulgação – que se faz a divulgação – quer você queira quer não as pessoas ficam conhecendo a cidade. Então se elas conhecem, se eles são filhos, se eles são pais, se eles são tios, notícias eles vão dar. Então existe essa comunicação. Quer se queira, quer não, se faz esta relação com o turismo. Alguém que sai daqui com uma camiseta ou contando alguma coisa: “sabe o que eu vi lá em Antonina?”. Pode ser um propagandista: “Puxa! Sabe que eu comi um barreado melhor do que aqueles que vocês pensam que é o melhor?”. Então isso aí é uma propaganda. Não deixa de ser uma propaganda. E a propaganda é a alma do turismo. Aliás, a alma não. É mais ou menos. E também quando a pessoa chega aqui tem que ver aquilo que foi propagado. Porque não adianta chegar aqui e ser maltratado, encontrar ruas sujas, gente que voando em cima deles... então aí já é o negativo. Já toca o turista. (I2 – professora da rede estadual de ensino aposentada).

Uma das observações recorrentes entre os entrevistados foi a falta de, ou a parca, infraestrutura do município tanto para os turistas quanto para os residentes. De acordo com o Sistema do Turismo (BENI, 1997), há o Conjunto da Organização Estrutural no qual se contempla o subsistema denominado “infraestrutura”, conforme representado na Figura 14.

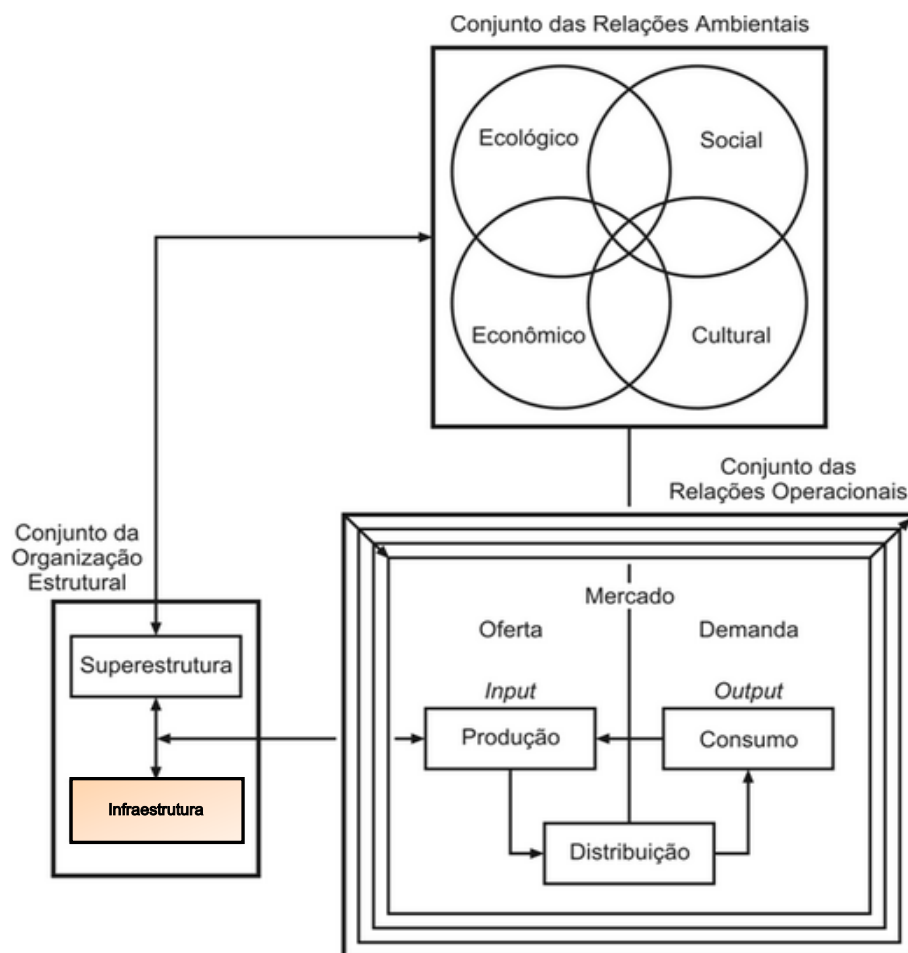


FIGURA 14 – SISTEMA DO TURISMO (SISTUR)
FONTE: BENI (2004).

Ainda dentro deste subsistema, cabe fazer uma distinção entre a “infraestrutura geral” e a “infraestrutura específica”. A geral é aquela em que são supridas as necessidades de todas as pessoas de uma população, tais como: rede viária e de transportes, sistema de comunicações, distribuição de energia, de água, de captação e tratamento de esgoto, enquanto que a específica é aquela que está vinculada ao desenvolvimento das atividades turísticas, como o acesso a praias, construção de teleféricos, balsas, ações para a proteção de encostas litorâneas no intuito de preservação da paisagem (BENI, 1997, p. 126-127). Segundo o autor, a implementação ou manutenção é competência praticamente do poder público, mas não devem ser descartadas as parcerias do tipo público-privada, dada a escassez de recursos públicos.

Os serviços urbanos, cuja competência é da administração municipal, são aqueles considerados indispensáveis à qualidade de vida e dos empreendimentos habitacionais ou empresariais (BENI, 1997, p. 128). Dentre os exemplos citados, os

entrevistados mencionaram haver problemas com a limpeza pública, conservação de logradouros públicos e o abastecimento de água.

A jovem musicista fez a seguinte declaração: “a nossa cidade como ponto turístico do Paraná, não é bem cuidada... hoje em dia... mato pela cidade inteira, lixo pela cidade inteira. Não é cuidada como uma cidade turística”. Em outro momento da conversa ela relembrou um fator que impacta negativamente na experiência turística: “Teve um ano no Festival de Inverno a gente ficou quase a semana inteira sem água. Chegou a ter até o pannelo das pessoas aí porque não teve água quase no Festival de Inverno”. Atualmente há uma preocupação com a disponibilidade de água potável para o consumo humano, mas em Antonina este é um problema que há muitos anos tem prejudicado os residentes e as causas estão relacionadas à antiguidade da rede de adução, a qual só poderá ser substituída mediante pesados investimentos.

Além dos problemas de infraestrutura geral, uma entrevistada afirmou que a infraestrutura específica também se encontra deficitária. Para ela, os gestores públicos da cidade depositam muita confiança e esperança nos eventos como instrumentos de desenvolvimento, quando na verdade deveriam ser melhoradas as condições de infraestrutura porque, do jeito em que se constatou estarem, há um prejuízo demasiado na qualidade dos eventos.

Ela quer que tenha água, ela quer que tenha luz, uma rede hoteleira, uma rede de restaurantes que possa atender essa demanda... porque é muito frustrante você traz um festival e as pessoas não têm onde almoçar. Isso é o que eu vejo. Antonina depende do evento pra ser mostrada. A partir do momento que ela fizer o dever de casa o Festival passa a melhorar também. Entendeu? Enquanto a cidade não melhorar, os eventos também ficam limitados. Porque você vem numa cidade que tem toda estrutura hoteleira, de restaurantes, passeios organizados, monumentos reformados, quer dizer, você usa os eventos pra divulgar ainda mais, e o evento se torna mais rico. [...] A partir do momento que a cidade se desenvolve, todos os Festivais e todos os eventos vão ficar muito melhores. (E3 – empresária, meios de hospedagem).

Na concepção da empresária de meios de hospedagem é preciso providenciar todas essas demandas de infraestrutura geral e específica, para que a cidade seja “autossustentável turisticamente”, como ela mencionou. Para ela, Antonina teria que se estruturar para conquistar as organizadoras de eventos ao ponto de estas afirmarem “Eu [a] quero porque a cidade é a melhor cidade do mundo pra fazer o Festival” porque daí “Os eventos por si só ficam fáceis de serem

vendidos ou comprados”. Ela, como sempre entrava em contato com organizadores de alguns eventos que aconteciam em Antonina, relatou que as pessoas comentavam sobre a falta de suporte por parte do poder público e que isto era desgastante. Na concepção desta empresária, se essas mesmas pessoas forem ao longo do tempo acumulando esses desapontamentos, podem encontrar outro local que ofereça o que necessitam.

Entretanto, essa deficiência causada pelo poder público está sendo superada pela hospitalidade que existe entre os antoninenses. Ainda para a empresária dos meios de hospedagem, pelo

[...] pouco que o poder público faz, ainda vem muita gente. Por quê? Eu acredito que as pousadas, os restaurantes, o pessoal é muito acolhedor. Então as pessoas vêm e voltam. Eles gostam de vir pra cá. Pode fazer uma pesquisa com os turistas. O pessoal gosta daqui. Eles assim, a questão é: “ah, mas tá tão abandonada, né?” Mas eles são super atendidos em restaurantes, em pousadas, as pessoas são super amistosas. (E3 – empresária, meios de hospedagem).

Em outra entrevista, também foi mencionado que os residentes procuram interagir com os visitantes e turistas de maneira a proporcionar uma receptividade amistosa e que isto faz com que eles retornem à cidade em outras oportunidades.

O antoninense sempre tem aquele jeito carinhoso de tratar as pessoas, de conversar... Eu sempre falo bem assim, nós que somos antoninenses, a gente passa pela rua, a gente está até em Curitiba vê um lá e: “oi, oi, oi”, coisa que as pessoas que são de fora não têm esse costume que nós temos. Você passa pela rua e já dá com a mão, já dá oi... E no Festival de Inverno também acontece muito isso. Você conhece as pessoas num ano, no outro ano já tá com aquela amizade, já começam os apelidos, as brincadeiras. (PP – representante do Poder Público).

Esse relato pode ser confirmado por meio de uma postagem (Figura 15) que uma pessoa fez numa rede social no perfil do Festival de Inverno, criado e alimentado pela Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal do Paraná, e que constitui uma ferramenta de comunicação entre a Entidade Organizadora e o público.



Tatiana Freire — 5+ Adoramos!!! Participamos o ano passado, fizemos amigos e vamos voltar esse ano. Como sugestão... Uma oficina de violão aperfeiçoamento.

Curtir · Comentar · há ± 12 meses

FIGURA 15 – AVALIAÇÃO DE UM DOS PARTICIPANTES DO FESTIVAL DE INVERNO. FONTE: UFPR/PROEC (2014).

Analisando as falas emitidas pelos sujeitos da pesquisa, é possível afirmar que o turismo local conta com a hospitalidade do povo antoninense e com a atratividade que o evento exerce sobre aqueles que têm motivações culturais. Entretanto, a infraestrutura deficiente se torna um problema a ser enfrentado para que a atividade não seja prejudicada, pois, segundo Bahl (2004a), a partir da organização da oferta e da estrutura de serviços, o desenvolvimento do turismo estará mais apto para a sua inserção e funcionamento. Para o autor (2004a, p. 68), faz-se necessária uma análise pormenorizada, devendo-se “estabelecer um diagnóstico realista, estratégias e ações para corrigi-los ou prover a localidade com tais requisitos”.

Sendo assim, os gestores da cidade precisam planejar de que maneira vai acontecer a atividade turística. Petrocchi (1998, p. 19) estabelece que planejamento é “a definição de um futuro desejado e de todas as providências necessárias à sua materialização”. Nesse sentido, é essencial vislumbrar um ponto (patamar) desejado e traçar ações, métodos, para perseguir tal objetivo.

Além das questões já apontadas, Antonina está muito próxima de um grande polo emissor e, como foi apontado por uma entrevistada, “por ela estar perto de uma capital com quase 2 milhões de habitantes, gente, só dali ela pode se abastecer. Entendeu? E o pessoal que se propõe a vir pra cá, ele fica nos hotéis, ele lota hotéis e tudo mais” (E2 – empresária, restaurante). Ou seja, pode existir a expectativa de expansão do turismo.

Logo, o ato de planejar é item obrigatório para que as atividades se desenvolvam da maneira mais produtiva. Todavia, cada cidade possui suas peculiaridades como organização social e do trabalho, suas características culturais, a forma como seus habitantes enxergam a vida, bem como os próprios entraves na busca pelo alcance de objetivos. Por essa razão, nela se precisam delinear os próprios passos, pois sua realidade é diferente dos modelos (projetos) pré-existent.

A diversidade das formas em que se manifestam os problemas clássicos do desenvolvimento é o que justifica e torna necessário o planejamento; se não fosse assim, bastaria elaborar uma lista de soluções standardizadas para cada problema, na crença em que a ordem seria automaticamente restaurada após a sua aplicação. (BOULLÓN, 2005, p. 103).

Embora seja importante, o planejamento não deve ser visto como uma panaceia, mas é ponto de partida para qualquer município que pretenda trilhar um caminho com vistas ao desenvolvimento (inclusive o turístico), pois é a partir dele que são previstos (e mitigados) os impactos, bem como delineados os resultados que poderão ser alçados no médio e no longo prazo (HALL, 2004).

5.5 A REPRESENTAÇÃO SOCIAL DO FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR

As representações sociais são dotadas de subjetividade, mas também de coletividade, da análise de contextos e afetividades (JODELET, 1989). Embora haja diferentes formas de se trabalhar com os dados coletados, preferiu-se apresentá-los sob a forma de gráficos com associação de ideias (SPINK, 2002).

As entrevistas foram transcritas, interpretadas e analisadas, conforme os procedimentos adotados por Spink (2002). Retornou-se aos objetivos da pesquisa para clarificar o objeto da representação. Para a autora, “os discursos são complexos” e muitas vezes outros temas acabam se entrelaçando (SPINK, 2002, p. 130-131). Neste sentido, ficou estabelecido que para as análises tanto o Festival de Inverno quanto Antonina deveriam ser considerados, já que durante os discursos ambos se fizeram presentes.

Para as dimensões internas da representação ficou estabelecido que seriam verificados:

- as dimensões analíticas baseadas na relação entre turismo, eventos culturais e seus efeitos para a população da cidade-sede;
- o cotidiano e a ruptura desse cotidiano a partir da realização de um evento;
- os investimentos afetivos evidenciados.

As etapas posteriores consistiram na elaboração dos mapas que transcrevem as entrevistas – os quais constam nos apêndices deste trabalho – e finalmente a construção dos gráficos de associação de ideias, que mostram as relações entre elementos cognitivos, as práticas e os investimentos afetivos.

Para a pesquisa foram utilizados critérios para a seleção das pessoas que fariam parte da população de amostra, a qual ficou estratificada da seguinte forma: Poder Público, Empresários, Jovens, Adultos, Idosos. Sendo assim, para cada um desses estratos foi elaborado um gráfico que sintetiza os relatos de cada um de seus representantes.

Considera-se pertinente apontar que o entrevistado que representou o Poder Público enfatizou que o Festival de Inverno seria um evento que conta essencialmente com a hospitalidade da cidade de Antonina, sendo o elemento diferencial que estava fortalecendo o município para sediar eventos. Ainda sob o ponto de vista do entrevistado, o Festival, especificamente: é um evento que promove o encontro das pessoas, possibilitando novas amizades; gera empregos para algumas empresas do *trade* turístico; permite que, por meio de suas atividades programadas, algumas pessoas adquiram conhecimento para até mesmo seguir uma profissão; promove o aumento do número de pessoas na cidade, gerando o ingresso de divisas. A perspectiva do representante do Poder Público é condensada conforme a Figura 16.



FIGURA 16 – PODER PÚBLICO (UNIVERSO REIFICADO): GRÁFICO DE ASSOCIAÇÃO DE IDEIAS SOBRE O FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR.
FONTE: Pesquisa de campo (2015).

Já o gráfico de associação de ideias dos empresários (Figura 17) foi o mais completo, pois eles apontaram questões pertinentes à realidade empreendedora.

Com relação à cidade, eles enfatizaram a questão da pouca infraestrutura, mas, que por outro lado, oferece muita tranquilidade e segurança. Com relação ao evento, mencionaram acreditar que é um dos maiores atrativos turísticos devido à sua duração (tempo de permanência do turista é aumentado) e, por consequência, o ingresso de divisas que acontece no município está sendo elevado, abastecendo o comércio local de uma forma muito abrangente, pois, além dos estabelecimentos relacionados aos meios de hospedagem e alimentação, o evento proporciona oportunidades para mercearias, supermercados e lojas em geral (roupas, acessórios, farmácias).

Os empresários comentaram ainda que as atividades do evento se configuram numa programação para todos os integrantes de uma família, tanto de residentes quanto de turistas. Também consideraram o Festival como uma forma de divulgar o destino e de promover outros atrativos.

Dentre os jovens, há o destaque da expressão “esperado durante o ano todo”, demonstrando o quanto o evento está sendo importante para eles. Para uma parte deste subgrupo é um momento em que o movimento decorrente das atividades “gratuitas” do Festival oferece um pouco de agito para a pacata “cidade dos aposentados”, conforme Figura 18.

Para os adultos, não foram citados itens referentes ao turismo (Figura 19). Entretanto, foi mencionado que o evento tinha sofrido mudanças, inclusive no que se refere à qualidade das atrações, algumas vistas como positivas, outras como negativas. Por isso, mencionou-se que seria necessário oferecer mais apoio para as partes envolvidas no planejamento e organização do evento.

Repensar, ou rediscutir, o formato do evento também foi um ponto indicado pelos idosos (Figura 20). Para eles, é preciso ter foco, isto é, o delineamento preciso dos objetivos. Também reivindicaram seu espaço dentro da programação cultural, bem como nas demais questões concernentes às condições do município. Foi possível ainda notar que o olhar dos idosos contempla a valorização do patrimônio cultural local.

Nas páginas seguintes, estão dispostos os gráficos de associação de ideias de Empresários, Jovens, Adultos e Idosos.

Por fim, buscou-se apresentar a representação social da população de Antonina, retomando o conceito em que se intentou conhecer o subjetivo coletivo, as visões de mundo, o pensamento que se dá no cotidiano e que se notou implícito nos

discursos dos sujeitos, mostrado na Figura 21. Para tal, foram consideradas apenas as ideias que se repetiram em todos os gráficos, desprezando aquelas que apareceram apenas uma vez e seguindo as mesmas dimensões anteriormente citadas.



FIGURA 17 – EMPRESÁRIOS (UNIVERSO REIFICADO): GRÁFICO DE ASSOCIAÇÃO DE IDEIAS SOBRE O FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR.

FONTE: Pesquisa de campo (2015).



FIGURA 18 – JOVENS (UNIVERSO CONSENSUAL): GRÁFICO DE ASSOCIAÇÃO DE IDEIAS SOBRE O FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR.

FONTE: Pesquisa de campo (2015).



FIGURA 19 – ADULTOS (UNIVERSO CONSENSUAL): GRÁFICO DE ASSOCIAÇÃO DE IDEIAS SOBRE O FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR.
 FONTE: Pesquisa de campo (2015).



FIGURA 20 – IDOSOS (UNIVERSO CONSENSUAL): GRÁFICO DE ASSOCIAÇÃO DE IDEIAS SOBRE O FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR.

FONTE: Pesquisa de campo (2015).



FIGURA 21 – REPRESENTAÇÃO SOCIAL DO FESTIVAL DE INVERNO DA UFPR SOB A PERSPECTIVA DOS ANTONINENSES.
 FONTE: Pesquisa de campo (2015).

Para a composição do último gráfico apresentado foram relacionadas todas as palavras e expressões que constavam dos gráficos dos subgrupos entrevistados. Assim, constatou-se que as falas mais recorrentes foram: “diferente (do dia a dia)”, “cultura ou programação cultural” e “oficinas e cursos”, aparecendo nos cinco subgrupos entrevistados. As palavras que apresentaram menor frequência foram as que apareceram uma única vez.

Portanto, adotando o critério de Moura (2014, p. 130), em que foi aplicada uma fórmula de média aritmética $[(R> + R<) / 2]$, onde $R>$ é a palavra mais frequente e $R<$ a de menor repetição, tem-se que a linha de corte é igual a 2, conforme cálculo abaixo:

$$[(R> + R<) / 2] \Rightarrow (5-1)/2 \Rightarrow 4/2 = 2$$

Desta forma, para elaboração do gráfico em que constasse a representação social, baseada na subjetividade coletiva, foram consideradas apenas as palavras e expressões que apareceram mais de duas vezes, sendo negritadas aquelas com frequência igual ou superior a 3.

Nesse sentido, o último gráfico (Figura 21) sintetiza o discurso coletivamente construído, a partir dos dados coletados, que demonstra como os antoninenses estavam concebendo o Festival de Inverno da UFPR, anualmente realizado em sua casa, conforme abaixo:

O Festival, com sua programação cultural garante atividade para a família, promovendo o despertar para o autoconhecimento e para o conhecimento de uma cultura externa a nossa. Também nos permite o contato com uma profissão (ou provocar o interesse para uma vocação) através de um curso ou oficina.

Ele traz agito e movimento para o cotidiano de uma cidade pacata, tranquila que, apesar da pouca infraestrutura disponível, possui uma paisagem (mar) bonita e um povo hospitaleiro.

Assim, os turistas atraídos pelo Festival serão bem recebidos, possibilitando o intercâmbio cultural e deixando aqui novos amigos, e a partir daí podem satisfeitos divulgar nossa cidade.

Reconhecemos que os seus gastos impulsionam as atividades comerciais da nossa cidade, principalmente dos hotéis e restaurantes, gerando até mesmo empregos.

Ainda que o consumo do álcool seja aumentado durante esta semana, e que algumas atividades não sejam tão atrativas quanto antigamente,

acreditamos que seja necessário repensar o evento para que ele se mantenha em Antonina. Afinal, ele já faz parte da nossa cidade.

Destarte, constata-se que um evento cultural, juntamente com o fluxo turístico por ele motivado, pode levar desenvolvimento a um município de pequeno porte que, por sua vez, já o ancorou à sua realidade. Do ponto de vista acadêmico, verifica-se que é possível, no estudo da atividade do turismo, utilizar as contribuições de uma área distinta (como a Psicologia Social), subsidiando os esforços para a construção do conhecimento.

6 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve como proposta tratar de um evento de grande porte cuja sede é um município de pequeno porte do litoral paranaense. Dos mais de cinco mil municípios brasileiros, grande maioria (segundo o IBGE, até o ano 2000 eram 4.074, especificamente) possui população inferior a 20 mil habitantes. É o caso de Antonina, cujo número de habitantes está em torno de 19 mil. Dentre as principais dificuldades encontradas pelos seus residentes verificam-se: oferta limitada de cursos de educação básica e profissionalizante, inexistência de programas de destinação responsável de resíduos, parco abastecimento de água potável e falta de tratamento de esgoto, sem falar do desprovimento de atenção de média complexidade no sistema de saúde público – quando muito, se tem especialistas para encaminhar para outros centros de maior estrutura do Sistema Único de Saúde.

Assim, toda e qualquer ação no sentido de suprir essas carências deveria receber maior incentivo e atenção das organizações públicas e privadas, inclusive da Academia. Pois as pessoas requerem os mesmos cuidados (físicos, psicológicos e emocionais), seja em metrópoles, seja em vilarejos. Por esta razão buscou-se tratar sobre um evento cultural que, além dos benefícios em níveis educacionais, pode alavancar a atividade turística, gerando efeitos de ordem social e econômica.

Nesse sentido, procurou-se elaborar um referencial teórico que permitisse uma reflexão teórico-conceitual sobre turismo e sobre eventos, os efeitos gerados a partir deles, além de se buscar como principal aporte teórico elementos da Teoria das Representações Sociais, na qual se investiga a visão de mundo das pessoas que pertencem a determinados grupos. A partir daí, foi possível traçar caminhos metodológicos com vistas a responder a questão de pesquisa: qual a representação social do Festival de Inverno da UFPR para os antoninenses? Os procedimentos metodológicos seguidos se mostraram eficientes na medida em que permitiram responder a questão inicial, bem como desvendar outras inquietações da população com relação ao local em que vive. Os participantes se sentiram livres para responder as questões sem sofrer influência direta por parte da pesquisadora, já que as entrevistas foram baseadas em um roteiro com questões abertas. As conversas mostraram ser uma ferramenta de coleta de dados importante, levantando informações substanciais. Assim, as respostas tiveram seus conteúdos interpretados e analisados, sendo organizados conforme os objetivos da pesquisa e,

posteriormente, dispostos de maneira a construir mapas de associação de ideias, revelando a representação social dos participantes.

Desta forma, buscou-se mostrar os resultados desta pesquisa cujo propósito geral foi o de investigar como estava elaborada a representação social do Festival de Inverno da UFPR pela população de Antonina, Paraná, que foi alcançado a partir das definições de objetivos específicos, quais sejam:

a) verificar de que forma o evento alterava o cotidiano da cidade.

Antonina é um município de pequeno porte cujo dia a dia é muito tranquilo e por isso a cidade é considerada pacata, sossegada. Pela pesquisa constatou-se que a dinâmica da cidade é profundamente alterada, mas de forma muito positiva.

Logo nas primeiras edições do Festival houve a empolgação, mas também a sensação do estranhamento, algo que remete ao conceito de ancoragem da Teoria das Representações Sociais. Por sua vez, quando se está caminhando para a 25ª edição, os entrevistados ancoraram o evento.

b) Averiguar quais efeitos socioeconômicos foram sentidos pelos residentes desde o início das edições do Festival.

Os antoninenses relataram que o evento gera muitos efeitos positivos como: interação entre residentes e visitantes; acesso a uma vasta oferta de apresentações culturais; início ou reforço de amizades; aproximação entre ex-moradores de Antonina com os respectivos familiares; aprendizado de um novo ofício ou incentivo para a busca de nova profissão; ingresso de divisas no comércio local; oportunidade de geração de emprego e renda.

Os efeitos negativos foram considerados de menor impacto se comparados aos positivos, sendo citada como situação incômoda a reunião de pessoas (maioria jovens) com o intuito de consumir bebidas alcoólicas e fazer algazarra.

c) Investigar de que maneira o evento estaria integrado com a realidade local (a população enquanto proponente e participante das atividades programadas: oficinas, espetáculos, minicursos, apresentações, dentre outras).

A proposta de um evento cultural é promover várias atividades culturais tanto para a população quanto para os visitantes, permitindo a inclusão social a partir do momento em que os residentes possam participar de todas as etapas de um evento.

Este objetivo foi alcançado por meio dos relatos dos sujeitos que, de maneira geral, sustentaram que não está havendo diálogo entre as partes

(população, Universidade e poder público municipal) no que se refere a estipular quais atividades devem ocorrer nos dias de evento.

Afirmaram ainda desconhecer o processo de seleção de oficinas, ou como fornecer uma avaliação do evento como um todo, numa espécie de *feedback*, para a entidade promotora e a equipe organizadora. Todavia, houve quem assegurasse que as partes estavam entrosadas para o planejamento do Festival.

Ao mesmo tempo em que os entrevistados disseram que o formato do evento – principalmente no que tange às oficinas – não está de acordo com as necessidades da população, eles não conseguiram visualizar uma Antonina sem Festival, justificando que com mais de vinte edições o Festival já faz parte da História da cidade.

d) Verificar se os antoninenses visualizam o evento como um atrativo turístico.

Eventos de grande porte e com uma proposta cultural, como é o caso aqui analisado, acabam por atrair várias pessoas, de diferentes lugares. O deslocamento das pessoas interessadas até a cidade-sede faz com que esse fluxo aumente a demanda por serviços, principalmente nos meios de hospedagem e locais que provenham a alimentação. Por esta razão, os integrantes da seleção afirmaram que o Festival e o turismo estão muito interligados.

Por um dos entrevistados o Festival foi considerado o maior produto turístico de Antonina. Por meio dele os equipamentos turísticos disponíveis podem ser utilizados e a cidade pode ser divulgada enquanto “destino”, não apenas cidade-sede de mais um evento.

Há que se ressaltar que muitos dos sujeitos reclamaram da infraestrutura local. Comentaram ainda que ela é um item essencial para conseguir a captação de novos eventos ou, ainda, para a manutenção do que já existe. Para eles, essa assertiva também foi válida para a existência da atividade turística com a qualidade requerida pelos turistas.

Ao alcançar cada um dos objetivos específicos, foi possível testar as hipóteses elaboradas no início da pesquisa, as quais foram refutadas ou confirmadas, conforme detalhamento a seguir.

l) Que os antoninenses gostam de sua cidade porque é pequena e tranquila: confirmada, em partes.

Antonina foi considerada por todos os entrevistados como um local tranquilo, e, por ser pequena, acaba sendo muito fácil estabelecer contatos e vínculos. Todavia, muitos disseram que em alguns momentos é muito bom ter a rotina alterada pelas festas, encontros, celebrações e que, no caso do Festival de Inverno, eles conseguem ter contato com uma realidade que, por ser diferente da deles, enriquece pessoal e culturalmente.

II) Que os antoninenses gostam do evento ao ponto de não identificarem efeitos negativos: confirmada.

Para os participantes, os benefícios de um evento cultural são muito maiores que os efeitos negativos. Embora algumas pessoas tenham comentado sobre aumento da quantidade de usuários de entorpecentes e álcool, esse fato não ofusca os ganhos que advêm do evento.

III) Que os antoninenses aprovam o formato atual do evento: refutada.

Conforme as declarações dos entrevistados, seria preciso reinventar o Festival – que apresenta o mesmo formato há mais de duas décadas – para que ele incorpore temas mais contemporâneos e mais ligados às vontades e necessidades locais. Tais alterações devem ser resultantes de diálogo mais estreito entre a entidade promotora e a população (organizada).

IV) Que os antoninenses acreditam que o evento é um dos momentos que mais atrai turistas: confirmada.

Segundo os relatos, eles demonstraram acreditar que, apesar das condições estruturais não permitirem garantir o conforto requerido pelos turistas, o evento acaba atraindo visitantes tanto no período em que ocorre quanto em outros meses do ano.

Cabe salientar que através das conversas foi conhecida a opinião da população com relação às vontades e ideias que o empresariado local possui para impulsionar a atividade turística em Antonina, embora afirmassem veementemente que estavam ocorrendo problemas cujas resoluções não são de competência da iniciativa privada. Mesmo assim, mencionaram acreditar que através de parcerias eles podem melhorar a qualidade da divulgação do destino e dos atrativos.

E, desta maneira, os resultados para esse trabalho foram obtidos. As hipóteses foram testadas, sendo algumas confirmadas e outras refutadas. Porém, julgou-se importante relacionar algumas das dificuldades encontradas para a realização da pesquisa. A primeira delas concerne ao exíguo prazo em que ocorre

um mestrado, pois a consolidação e maturação das ideias se aprimoram ao longo do tempo.

Entender e compreender alguns conceitos de uma teoria que nasceu na Psicologia Social, uma área do conhecimento muito diferente da área de formação da pesquisadora, foi um grande desafio. A Teoria das Representações Sociais é complexa desde a sua gênese até os dias atuais. Apesar de ser uma teoria nova, ela vem sendo estudada por diversos grupos, que trabalham com metodologias e enfoques diferentes. Seria pretensão afirmar que há o domínio da teoria, entretanto, ainda assim, buscou-se nela o fio condutor para o desenvolvimento desta pesquisa.

Também não se podem olvidar os contratempos encontrados durante o período da coleta de dados – janeiro e fevereiro –, uma época de férias escolares e preparação para uma das maiores – se não a maior – festa da cidade: o Carnaval. Ir a campo é sempre gratificante e revelador, mas ao mesmo tempo é uma etapa da pesquisa que depende muito da disponibilidade das pessoas que integram uma amostra, principalmente numa pesquisa qualitativa.

Superados os obstáculos, com a presente pesquisa foi possível retratar o posicionamento de alguns dos residentes em Antonina com relação ao Festival de Inverno, acreditando-se que se mais pessoas fossem entrevistadas os resultados não seriam diferentes. Ou seja, os entrevistados espelham uma realidade que pode ser considerada a da comunidade em geral.

Entretanto, para uma análise mais completa, também seria necessário abordar o tema sob a perspectiva da instituição que vem realizando há mais de duas décadas o evento em Antonina. Assim, entende-se que para pesquisas futuras podem ser propostos estudos que busquem investigar a percepção dos promotores da Universidade com relação ao evento, ou ainda, verificar qual a representação social do turismo para os antoninenses, já que, nas entrevistas, muitos procuraram falar sobre a atividade turística no município.

Considera-se que com este trabalho os objetivos inicialmente propostos foram cumpridos. Nele também se abordaram outras questões atinentes à condução da gestão de municípios de pequeno porte em parceria com instituições de outras cidades, ou que estejam vinculadas a outras esferas de poder.

A dissertação também poderá servir como um instrumento para provocação, questionamento e reflexões acerca da situação em que se encontram, não apenas

Antonina, mas as cidades que, por possuírem atrativos turísticos, podem desenvolver o turismo como atividade econômica principal ou auxiliar.

Por fim, espera-se que tanto os antoninenses quanto os demais envolvidos possam trabalhar de forma integrada, efetivamente em conjunto, para que, ao unirem seus esforços, possam aprimorar e majorar os valores sociais, culturais e econômicos que são alcançados com a realização do Festival de Inverno, permitindo que o desenvolvimento aconteça.

REFERÊNCIAS

- ABRIC, J-C. A abordagem estrutural das representações sociais. CAMPOS, P. H. F. (Trad.). In: MOREIRA, A. S. P.; OLIVEIRA, D. C. (Orgs.). **Estudos interdisciplinares de representação social**. 2. ed. Goiânia: AB, 2000. p. 27-38.
- AKEL SOBRINHO, Z.; MULINARI, R. A. **24º Festival de Inverno da UFPR**. 2014. Disponível em: <<http://www.proec.ufpr.br/festival2014/>>. Acesso em: 22/10/2014.
- ANDRADE, J. V. **Turismo fundamentos e dimensões**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2001.
- ANTONINA. **Inventário Turístico do município de Antonina**. Antonina (Paraná): Prefeitura Municipal de Antonina, [s.d.].
- ARRUDA, A. Despertando do pesadelo: a interpretação. In: MOREIRA, A. S. P.; CAMARGO, B. V.; JESUINO, J. C.; NOBREGA, S. M. da. (Orgs.). **Perspectivas teórico-metodológicas em Representações Sociais**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2005. p. 229-258.
- BAHL, M. **Fatores ponderáveis no turismo**: sociais, culturais e políticos. Curitiba: Prottexto, 2004a.
- BAHL, M. **Turismo e eventos**. Curitiba: Prottexto, 2004b.
- BARRETTO, M. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. 2. ed. Campinas (SP): Papirus, 2001.
- BARRY, B. J.; MULES, T. Reconciling cost-benefit and economic impact assessment for event tourism. **Tourism Economics**, London, v. 7, n. 4, p. 321-330, 2001.
- BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. 11. ed. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2013. p. 189-217.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do Turismo**. 10. ed. São Paulo: Editora SENAC, 2004.
- BORJA S., L. de; CASANOVAS P., J. A.; BOSCH C., R. **El consumidor turístico**. Madrid: ESIC, 2002.
- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: Edusc, 2003.
- BOYER, M. **História do turismo de massa**. Tradução de: RIBEIRO, Viviane. Bauru (SP): EDUSC, 2003.
- BRASIL. Decreto 4.340, de 22 de agosto de 2002. Regulamenta artigos da Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000, que dispõe sobre o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza - SNUC, e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 23 ago. 2002. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/D4340.htm>. Acesso em: 09/01/2015.

BRASIL. Decreto 90.883, de 31 de janeiro de 1985. Dispõe sobre a implantação da Área de Proteção Ambiental de Guaraqueçaba, no Estado do Paraná, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/imgs-unidades-coservacao/apa_guaraquecaba.pdf>. Acesso em: 09/01/2015.

BRASIL. Lei 9.985, de 18 de julho de 2000. Regulamenta o art. 225, § 1º, incisos I, II, III e VII da Constituição Federal, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 19 jul. 2000. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9985.htm>. Acesso em: 09/01/2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Roteiros do Brasil**: Programa de Regionalização do Turismo. Módulo Operacional 7 – Roteirização Turística. 2004. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/modulox20operacional_7_roteirizacao_turistica.pdf>. Acesso em: 11/02/2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo**: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf>. Acesso em: 29/11/2014.

CAMARGO, B. V. Estratégias de pesquisa pluri-metodológicas. In: MOREIRA, A. S. P.; CAMARGO, B. V.; JESUINO, J. C.; NOBREGA, S. M. da. (Orgs.). **Perspectivas teórico-metodológicas em Representações Sociais**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2005. p. 19-24.

CASTILHO, C. Para ver a banda passar: com rica história e importante trabalho social, Filarmônica Antoninense completa 35 anos em setembro. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 08 de agosto de 2010. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/cadernog/conteudo.phtml?id=1033392>>. Acesso em: 09/01/2014.

CLAVAL, P. **A Geografia Cultural**. Tradução de: PIMENTA, Luiz Fugazzola; PIMENTA, Margareth de Castro Afeche. 4. ed., rev. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2014.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; WANHILL, S.; GILBERT, D.; SHEPHERD, R. **Turismo, princípios e prática**. Tradução de: COSTA, Roberto Cataldo. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DE LA TORRE, O. **El turismo**: fenómeno social. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Eds.). **Handbook of qualitative research**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1994.

DEPARTAMENTO DE ESTRADAS DE RODAGEM DO PARANÁ. (DER-PR). PR-410: Estrada da Graciosa. Disponível em: <<http://www.der.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=12>>. Acesso em: 09/01/2015.

DURKHEIM, E. **As regras do Método Sociológico**. 9. ed. São Paulo: Nacional, 1978.

DURKHEIM, E. **Sociologia e filosofia**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1970.

DUVEEN, G. O poder das ideias. In: MOSCOVICI, S. **Representações Sociais: Investigações em Psicologia Social**. 8. ed. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2011. p. 7-28.

FARR, R. M. Representações Sociais: a teoria e a sua história. In: GUARESCHI, P. A.; JOVCHELOVITCHI, S. (Orgs.). **Textos em Representações Sociais**. 7. ed. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2002. p. 31-50.

FERRAZ, V. de S. **Turismo Cultural na Zeph-Ribeira: possibilidades e limitações**. 203 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2008. Disponível em: <http://www.fau.usp.br/depprojeto/labcom/produtos/2008_ferraz_mestrado.pdf>. Acesso em: 06/10/2014.

FILIPPIM, M. L.; KUSHANO, E. S.; BAH, M. Festival de Inverno de Antonina (Paraná, Brasil): o evento sob as perspectivas de visitantes e residentes. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, n. 9, v. 2, jul.- dez. 2012, p. 273 - 294. Disponível em: <http://www.revhosp.org/ojs/index.php/hospitalidade/article/view/480/527>. Acesso em: 05/05/2014.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. 11. ed. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2013. p. 64-89.

GASTAL, S. **Turismo, imagens e imaginários**. São Paulo: Aleph, 2000.

GIÁCOMO, C. **Tudo acaba em festa: Evento, líder de opinião, motivação e público**. São Paulo: Scritta Editorial, 1993.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GRABURN, N. H. H. Turismo: el viaje sagrado. In: SMITH, V. L. (Ed.). **Afitriones e invitados: Antropología del turismo**. Madrid: Ediciones Endymion, 1989. p. 45-68.

GREENWOOD, D. J. La cultura al peso: perspectiva antropológica del turismo en tanto proceso de mercantilización cultural. In: SMITH, V. L. (Ed.). **Afitriones e invitados: Antropología del turismo**. Madrid: Ediciones Endymion, 1989. p. 257-279.

GUARESCHI, P. A. Sem dinheiro não há salvação: ancorando o bem e o mal entre os neopentecostais. In: GUARESCHI, P. A.; JOVCHELOVITCHI, S. (Orgs.). **Textos**

em Representações Sociais. 7. ed. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2002. p. 191-225.

GUIMARÃES, S. R. K.; ROMANELLI, G. Extensão e cultura. In: MURAKAMI, L.; MION, L. M. B. (Orgs.). **Festival de Inverno.** Curitiba: UFPR, 2008.

HALL, C. M. **Planejamento turístico:** políticas, processos e relacionamentos. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo 2010. Disponível em: http://www.censo2010.ibge.gov.br/dados_divulgados/index.php?uf=41>. Acesso em: 04/09/2012.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (IPARDES). Caderno Estatístico: Município de Antonina. Janeiro de 2015. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/cadernos/Montapdf.php?Municipio=83370&btOk=ok>>. Acesso em: 09/01/2015.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). Antonina, Paraná. 2015. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do;jsessionid=E353D5B7447CF279D31D90E286E51635?id=18101&retorno=paginalphan>>. Acesso em: 09/01/2015.

IRVING, M. de A. **Turismo:** o desafio da sustentabilidade. São Paulo: Futura, 2002.

JEKITI CULTURAL. Página da comunidade na Rede Social Facebook. Descrição curta. 2015. Disponível em: https://www.facebook.com/JekitiCultural/info?tab=page_info>. Acesso em: 09/01/2015.

JEPSON, A.; WILTSHIER, P.; CLARKE, A. Community Festivals: involvement and inclusion. In: Conference Proceedings of the 17th Annual Council for Hospitality Management Education (CHME), 17., 2008, Glasgow. **Annals...** Disponível em: <http://nectar.northampton.ac.uk/1288/2/Jepson20081288.pdf>>. Acesso em: 10/09/2014.

JODELET, D. **Les représentations sociales.** Paris: Presses Universitaires de France, 1989.

JOFFE, H. “Eu não”, “O meu grupo não”: Representações Sociais Transculturais da Aids. In: GUARESCHI, P. A.; JOVCHELOVITCHI, S. (Orgs.). **Textos em Representações Sociais.** 7. ed. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2002. p. 297-322.

JUSTINO, M. J. Arte e cultura: a formação pela arte. In: OSINSKI, D.; JUSTINO, M. J. **Festival de Inverno da UFPR:** 11 anos de cultura, arte e cidadania. Curitiba: UFPR/PROEC, 2002. p. 9-22.

KOMARCHESQUI, B. Com improviso, escolas de samba de Antonina amanhecem na avenida. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 03 de março de 2014. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/conteudo.phtml?id=1451440>>. Acesso em: 09/01/2015.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do Turismo**. São Paulo: Atlas, 2001.

LEME, M. A. V. da S. O impacto da teoria das Representações Sociais. In: SPINK, M. J. (Org.). **O conhecimento no cotidiano**. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 46-57.

LICKORISH, L. J. **Introdução ao turismo**. Tradução de: VASCONCELLOS, Fabíola de Carvalho S. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. **Teoria do Turismo**: 2. ed. ampl. e atual. São Paulo: Aleph, 2012.

MATIAS, M. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. 5. ed. rev. e atual. Barueri (SP): Manole, 2010.

MEIRELLES, G. F. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: STS, 1999.

MELO NETO, G. F. **Marketing de eventos**. Rio de Janeiro: Sprint, 1999.

MILONE, P. C. Crescimento e desenvolvimento econômico: teorias e evidências empíricas. In: GREMAUD, A. P.; VASCONCELLOS, M. A. S. de; TONETO JR, R. **Manual de Economia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

MINAYO, M. C. de S. O conceito de Representações Sociais dentro da Sociologia Clássica. In: GUARESCHI, P. A.; JOVCHELOVITCHI, S. (Orgs.). **Textos em Representações Sociais**. 7. ed. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2002. p. 89-111.

MOREIRA, D. A. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

MOSCOVICI, S. **Crônica dos anos errantes**. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2005.

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais**: investigações em Psicologia Social. 8. ed. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2011.

MOURA, N. **Representações Sociais e Turismo**: diálogos e possibilidades para Araucária (PR), Brasil. 160 f. Tese. (Programa de Pós-Graduação em Geografia). Departamento de Geografia. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2014. Disponível em: <<http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/handle/1884/35888/R%20-%20T%20-%20NEIDE%20DE%20MOURA.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 26/11/2014.

MURAKAMI, L.; MION, L. M. B.; CARLOS, R. S.; VERCHAI, S.; VOITENA, W. A construção. In: MURAKAMI, L.; MION, L. M. B. (Orgs.). **Festival de Inverno**. Curitiba: UFPR, 2008. p. 13-14.

MURTA, S. M.; ALBANO, C. (Org.). **Interpretar o patrimônio**: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.

NASCIMENTO, E. Festival de Inverno: um estado de espírito. In: OSINSKI, D.; JUSTINO, M. J. **Festival de Inverno da UFPR**: 11 anos de cultura, arte e cidadania. Curitiba: UFPR/PROEC, 2002. p. 23-40.

NASH, D. El turismo considerado como una forma de imperialismo. In: SMITH, V. L. (Ed.). **Afritriones e invitados**: Antropologia del turismo. Madrid: Ediciones Endymion, 1989. p. 69-91.

NERI, L. de F. Eventos no Litoral do Paraná e o problema da sazonalidade. In: BAHL, M. (Org.) **Eventos**: a importância para o turismo do terceiro milênio. São Paulo: Roca, 2003. p. 103-116.

ODRESKI, L. L. R.; SOARES, C. R.; ÂNGULO, R. J.; ZEM, R. C. Taxas de assoreamento e a influência antrópica no controle da sedimentação da baía de Antonina, Paraná. **Boletim Paranaense de Geociências**. n. 53, 2003, p. 7-12. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/geociencias/article/view/4217/3412>>. Acesso em: 09/01/2015.

OLDONI, N. **A sustentabilidade como foco de um evento consciente**: criação de um manual de práticas sustentáveis para o Festival de Inverno da UFPR. 91 f. Trabalho de Conclusão de Curso. (Bacharelado em Turismo). Departamento de Turismo. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2010.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). Glossário de Termos do Turismo. Fevereiro de 2014. Disponível em: <<https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/Statistics/Glossary+of+terms.pdf>>. Acesso em: 13/01/2015.

PARANÁ. Secretaria de Estado do Turismo. **Região turística**: Litoral em dados. Novembro/2008. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/estatisticas_2012/Litoral_2000_2006.pdf>. Acesso em: 08/09/2014.

PARANÁ. Dragagem faz Porto de Antonina aumentar a movimentação em 75%. **Agência de Notícias do Paraná**, Curitiba, 17 de julho de 2013. Disponível em: <<http://www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=75611>>. Acesso em: 09/01/2015.

PARANÁ. Secretaria de Infraestrutura e Logística. Administração dos Portos de Paraguaçu e Antonina. **História do Porto de Antonina**. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.portosdoparana.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=27>>. Acesso em: 08/09/2014.

PEARCE, P. L. A relação entre residentes e turistas: literatura sobre pesquisas e diretrizes de gestão. In: THEOBALD, W. F. (Org.). **Turismo Global**. Tradução de:

CAPOVILLA, Ana Maria; CUPERTINO, Maria Cristina Guimarães; PENTEADO, João Ricardo Barros. São Paulo: Senac, 2001. p. 145-164.

PEREIRA, F. J. C. Análise de dados qualitativos aplicados às representações sociais. In: MOREIRA, A. S. P.; CAMARGO, B. V.; JESUINO, J. C.; NOBREGA, S. M. da. (Orgs.). **Perspectivas teórico-metodológicas em Representações Sociais**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2005. p. 19-24.

PEREZ, X. P. **Turismo Cultural**: uma visão antropológica. El Sauzal (Tenerife, Espanha): ACA y PASOS, RTPC, 2009. Disponível em: <<http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita2.pdf>>. Acesso em: 07/10/2014.

PETROCCHI, M. **Turismo**: planejamento e gestão. 2. ed. São Paulo: Futura, 1998.

PICANÇO, D. C. Festival de Inverno da UFPR completa 24 anos: confira entrevista sobre o evento. Disponível em: <http://www.culturabr.com/festival-de-inverno-da-ufpr-completa-24-anos-confira-entrevista-sobre-o-evento/>. Acesso em: 17/07/2014.

PRO-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA (PROEC). **Festival em imagens**: fotos do 24º Festival de Inverno da UFPR em Antonina, Paraná. 2014. Disponível em: <http://www.proec.ufpr.br/festival2014/links/imagens.html>. Acesso em: 02/02/2015.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). Ranking IDH Global 2013. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/Ranking-IDH-Global-2013.aspx>>. Acesso em: 09/01/2015.

REIS, A. M. da S. R.; BONFIM, N. R. Representações sociais da comunidade sobre o Festival de Inverno de Ouro Preto, Minas Gerais (Brasil) a partir da evocação livre de palavras. **Turismo & Sociedade**. Curitiba, v. 5, n. 1, abril de 2012. p. 252-274. Disponível em: <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/turismo/article/viewFile/26583/17707>. Acesso em: 20/05/2014.

RIBEIRO, J. C.; VAREIRO, L. C.; FABEIRO, P.; BLAS, X. P. de. Importância da celebração de eventos culturais para o turismo do Minho-lima: um estudo de caso. In: Congresso da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, 11., 2005, Faro (Portugal). **Anais...** Disponível em: <http://www.apdr.pt/siterper/numeros/RPER11/art03_rper11.pdf>. Acesso em: 09/09/2014.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 6. ed. São Paulo: Papirus, 2000.

SÁ, C. P. Representações Sociais: o conceito e o estado atual da teoria. In: SPINK, M. J. (Org.). **O conhecimento no cotidiano**: As Representações Sociais na perspectiva da psicologia social. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 19-45.

SÁ, C. P. **Núcleo central das representações sociais**. Petrópolis (RJ): Vozes, 1996.

SEMEDO, P. M. C. **O impacto dos eventos culturais na renovação e diversificação do produto turístico urbano: o caso de Tomar**. 131 f. Dissertação (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo). Universidade de Aveiro. Aveiro, 2008. Disponível em: <<https://ria.ua.pt/bitstream/10773/1630/1/2009000733.pdf>>. Acesso em: 09/09/2014.

SEN, A. K. **Desenvolvimento como liberdade**. Tradução de: MOTTA, Laura Teixeira. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SIQUEIRA, A. S. de. **Música e vida social: sentidos do Festival de Inverno de Campos do Jordão para músicos da comunidade local**. 80 f. Dissertação. Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47134/tde-15122009-124333/pt-br.php>>. Acesso em: 29/6/2014.

SMITH, V. L. (Ed.). **Afritriones e invitados: Antropologia del turismo**. Madrid: Ediciones Endymion, 1989.

SOUZA FILHO, E. A. de. **Análise de Representações Sociais**. In: SPINK, M. J. (Org.). **O conhecimento no cotidiano: As Representações Sociais na perspectiva da psicologia social**. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 109-145.

SPINK, M. J. Desvendando as teorias implícitas: uma metodologia de análise das Representações Sociais. In: GUARESCHI, P. A.; JOVCHELOVITCHI, S. (Orgs.). **Textos em Representações Sociais**. 7. ed. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2002. p. 117-145.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2000.

TRIVIÑOS. A. N. S. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR). ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (ACS). **A arte e cultura presentes nas raízes da cidade de Antonina**. 23 de julho de 2014. Disponível em: <<http://www.ufpr.br/porta.ufpr/noticias/a-arte-e-cultura-presentes-na-raizes-da-cidade-de-antonina/>>. Acesso em: 09/01/2015.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR). **Estatuto da Universidade Federal do Paraná**. [s.d.]. Disponível em: <http://www.ufpr.br/soc/pdf/Estatuto_UFPR.pdf>. Acesso em: 16/07/2014.

VALERIO, V. L. **Festival de Inverno da Universidade Federal do Paraná: as influências na cidade de Antonina – Litoral do Paraná**. 71 f. Monografia. (Especialização em Planejamento e Gestão do Turismo). Departamento de Turismo. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2008.

VANHONI, F.; MENDONÇA, F. O clima do litoral do Estado do Paraná. **Revista Brasileira de Climatologia**. Agosto 2008. p. 49-63. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/revistaabclima/article/viewFile/25423/17042>>. Acesso em: 11/02/2015.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

WAGNER, W. Sócio-Gênese e características das representações sociais. In: MOREIRA, A. S. P.; OLIVEIRA, D. C. (Orgs.). **Estudos interdisciplinares de representação social**. 2. ed. Goiânia: AB, 2000. p. 3-25.

WAHAB, S. A. **Introdução à administração do turismo**. São Paulo: Pioneira, 1977.

YÁZIGI, E. **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – TÓPICO-GUIA PARA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA	121
APÊNDICE 2 – TERMO DE CONSENTIMENTO PARA ENTREVISTAS	122
APÊNDICE 3 – SÍNTESE DAS ENTREVISTAS COM PODER PÚBLICO.....	123
APÊNDICE 4 – SÍNTESE DAS ENTREVISTAS COM EMPRESÁRIOS.....	124
APÊNDICE 5 – SÍNTESE DAS ENTREVISTAS COM JOVENS	125
APÊNDICE 6 – SÍNTESE DAS ENTREVISTAS COM ADULTOS	126
APÊNDICE 7 – SÍNTESE DAS ENTREVISTAS COM IDOSOS	127
APÊNDICE 8 – FREQUÊNCIA DE PALAVRAS E EXPRESSÕES NOS GRÁFICOS DE ASSOCIAÇÃO DE IDEIAS	128

APÊNDICE 1 – TÓPICO-GUIA PARA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

Apresentação: solicita-se ao entrevistado que conte um pouco da história de vida: onde nasceu? Onde cresceu? Há quanto tempo vive em Antonina? Já morou em outros lugares? Por que optou por viver/residir em Antonina? Qual sua profissão atualmente? Exerceu outras?

1. Como é viver em Antonina? (contexto e cotidiano)
2. Vamos falar de Festival de Inverno. Como é viver em Antonina nos dias em que ocorre o Festival? (alteração da dinâmica do cotidiano)
3. E você? Muda seu jeito de ser durante o Festival de Inverno? (alteração da dinâmica do cotidiano)
4. Você consegue identificar os efeitos, pontos positivos e negativos para a cidade? Poderia citá-los? (efeitos p/ a cidade/população; atrativo turístico)
5. E o formato que o evento apresenta hoje, você acredita que ele reflete as necessidades, anseios, vontades da população? (integração da população)
6. Consegue imaginar a cidade sem o evento? Como seria? (a ancoragem; nível de integração com a cidade)
7. Qual a relação que você consegue fazer entre o Festival e o Turismo? (atrativo turístico)
8. Há algo mais que você gostaria de me dizer?

APÊNDICE 2 – TERMO DE CONSENTIMENTO PARA ENTREVISTAS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS
Programa de Pós-Graduação em Turismo

CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS DE DEPOIMENTO ORAL
E
COMPROMISSO ÉTICO DE NÃO IDENTIFICAÇÃO DO DEPOENTE

Pelo _____ presente _____ documento, **eu**
Entrevistado(a): _____,

RG: _____ emitido pelo(a): _____,

domiciliado/residente em (Av./Rua/nº/complemento/Cidade/Estado/CEP):

 _____,

declaro ceder ao (à) Pesquisador(a):
 _____,

CPF: _____ RG: _____, emitido pelo(a): _____,

domiciliado/residente em (Av./Rua/nº/complemento/Cidade/Estado/CEP):

 _____,

sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais do depoimento de caráter histórico e documental que prestei ao(à) pesquisador(a)/entrevistador(a) aqui referido(a), na cidade de _____, Estado _____, em ____/____/____, como subsídio à construção de sua dissertação de Mestrado em Turismo da Universidade Federal do Paraná. O(a) pesquisador(a) acima citado(a) fica consequentemente autorizado(a) a utilizar, divulgar e publicar, para fins acadêmicos e culturais, o mencionado depoimento, no todo ou em parte, editado ou não, bem como permitir a terceiros o acesso ao mesmo para fins idênticos, com a ressalva de garantia, por parte dos referidos terceiros, da integridade do seu conteúdo. O(a) pesquisador(a) se compromete a preservar meu depoimento no anonimato, identificando minha fala com nome fictício ou símbolo não relacionados à minha verdadeira identidade. -----.

_____, _____ de _____ de _____

 (assinatura do entrevistado/depoente)

APÊNDICE 3 – SÍNTESE DAS ENTREVISTAS COM O PODER PÚBLICO

Aspecto analisado	PP
Viver em Antonina	Jeito carinhoso (de tratar as pessoas e conversar) Pacata Raízes (família, história) Receptividade
Festival	Aumenta o número de gente na cidade Diferença Encontro ou reencontro de turistas, residentes, familiares
Efeitos	Aprimoramento Conhecimento de algo diferente Contato com uma profissão Empregos (hotéis, restaurantes) Eventos culturais (cursos, palestras, visitas) Fazer amizades Injeção de divisas
Formato do evento	
Imagina sem o evento?	Não Consagrado Identidade local Importante culturalmente

APÊNDICE 4 – SÍNTESE DAS ENTREVISTAS COM EMPRESÁRIOS

Aspecto analisado	E1	E2	E3
Viver em Antonina	Sentir-se em casa Salvaguardado Tranquilidade Viver bem	Mar Pacata Paisagem Rios Tranquila	Acomodação Mar Pessoas acolhedoras Pouca infraestrutura Rios Tranquilo
Festival	Bom momento Diferente Movimento Várias tribos (público)	Agito Bom astral Cor Público diferenciado Intercâmbio cultural Mágico Movimento Não degrada Trabalhoso	Despertamento Diferente Movimentação
Efeitos	Atrai turistas Eventos culturais (shows) Programa para as famílias Retorno financeiro e cultural	Atrai turistas Alavanca o comércio (restaurantes, hotéis, supermercados, quitandas, barzinhos, lojas em geral) Cultura (música, teatro, show) Empregos diretos Fazer amigos Oportunidades Renda	Aguça a curiosidade Atrai turistas Aumento do consumo de álcool Contato com atividades diferentes do habitual Cultura (teatro, oficinas, música, brincadeira p/ crianças) Desperta o olhar p/ a cidade turística Divulgação da cidade Injeção de divisas Lota hotéis Programa para família
Formato do evento	Cursos para a zona rural Mais próximo da realidade Queda da qualidade das oficinas	Redução das oficinas Queda na qualidade	Caiu um pouco do interesse das pessoas Cursos para a zona rural Mais próximo da realidade (gastronomia, tecnologia)
Imagina sem o evento?	Não Já faz parte da programação Vazio	Não Triste	Sim Evento muito consolidado Parta da história das pessoas Perda imensurável Preocupante Triste

APÊNDICE 5 – SÍNTESE DAS ENTREVISTAS COM JOVENS

Aspecto analisado	J1	J2
Viver em Antonina	Cidade dos aposentados Diferente de cidade grande Pacata Pessoas amigáveis Não é cuidada Tombada Tranquila Turística	Mar Maravilhoso
Festival	Agito Diferente Esperado durante o ano todo Movimento Negócio que o pessoal gosta	Diferente Mais ativa Mais pessoas
Efeitos	Alavanca o comércio Atrai turistas Aumenta inspiração Aumenta criatividade Aumenta a autocrítica Cultura (música clássica, shows, teatros) Estrutura para shows Gratuito Injeção de divisas Lazer para famílias	Contato com uma profissão
Formato do evento	Mais música Redução da quantidade de oficinas e participantes	Mais esportes
Imagina sem o evento?	Não Já faz parte da cidade Triste	Não Não seria tão divertida Seria a mesma coisa

APÊNDICE 6 – SÍNTESE DAS ENTREVISTAS COM ADULTOS

Aspecto analisado	A1	A2
Viver em Antonina	Depende do tipo de emprego para poder morar Menos cobrança Menos correria Menos estresse Poucos recursos culturais Poucos recursos econômicos	Calma Pacata Seguro para sair a qualquer hora Sossegada
Festival	Diferente Gostoso Há muito incentivo Intercâmbio de experiências Semana produtiva Traz perspectiva de uma vida cultural de quem tem recursos financeiros	Maravilha Movimento Mudança (diferente)
Efeitos	Desenvolvimento social Fazer amizades Influencia no vestuário Leva conhecimento ao público Motiva a conhecer a História local Motiva a conhecer mais sobre outras culturas, História, Geografia e até mesmo viajar Partilha o conhecimento local com visitantes	Aumento de consumo de entorpecentes Cultura (teatro, cursos) Injeção de divisas
Formato do evento	Não tem mesmo vigor de antes Precisa de mais apoio Precisa ser melhorado	Apresentou uma mudança positiva: cursos ao longo do 1º semestre Diminuição da quantidade de participantes Levou cursos para as escolas
Imagina sem o evento?	Não Já faz parte do calendário	Não Faz parte da cidade Sofrimento

APÊNDICE 7 – SÍNTESE DAS ENTREVISTAS COM IDOSOS

Aspecto analisado	I1	I2
Viver em Antonina	Baía Casarios Conversar com amigos Mar Não há expectativa de desenvolvimento Não tem emprego Serviço de saúde deficitário Abandono social (falta de: limpeza, separação de lixo, água potável, saúde, expectativa)	Casario Coerção social informal Mar Meu ar Povo machucado e receoso Verde
Festival	Estado de espírito Mexe com a cidade Projeto de melhoria das condições da cidade na década de 90 Projeto de marca para a 1ª adm. da UFPR eleita democraticamente	Diferente Múltiplos usos para os espaços da cidade Riqueza
Efeitos	Atrai turistas (consumo em hotéis, artesanato, restaurante, serviços de lazer) Suprimento cultural	Aumento de consumo de álcool Aumento de usuários de drogas lícitas e ilícitas Contato com atividades profissionais Divulgação da cidade Injeção de divisas/comércio
Formato do evento	Estão tentando resgatá-lo Precisa ser rediscutido	Mais oficinas para todas as idades Mais educação patrimonial Precisa ser repensado
Imagina sem o evento?	Sim	Seria mais uma perda

APÊNDICE 8 – FREQUÊNCIA DE PALAVRAS E EXPRESSÕES NOS GRÁFICOS DE ASSOCIAÇÃO DE IDEIAS

Palavra / Expressão	Freq.	Palavra / Expressão	Freq.
Cultura/Programação Cultural	5	Descentralização das atividades	1
Cursos e Oficinas	5	Desenvolvimento pessoal	1
Diferente do dia a dia	5	Educação patrimonial	1
Injeção de divisas	4	Esperado durante o ano todo	1
Pacata	4	Estado de espírito	1
Pessoas hospitaleiras	4	Evento consolidado	1
Pouca infraestrutura	4	Faz parte da vida das pessoas	1
Atrai turistas	3	Foco	1
Contato com profissão	3	Houve mudanças positivas e negativas	1
Faz parte da cidade ou calendário	3	Houve queda na qualidade	1
Fazer amizades	3	Inspira e motiva	1
Intercâmbio cultural	3	Mágico	1
Mar	3	Mais trabalho	1
Movimento	3	Maravilha	1
Precisa ser repensado	3	Melhorias em 2014	1
Redução do público e oferta (oficinas)	3	Menos cobrança, estresse e correria	1
Agito	2	Múltiplos usos dos espaços da cidade	1
Alavanca o comércio	2	Não há emprego	1
Consumo de álcool	2	Oficina para todas as idades	1
Divulgação da cidade	2	Oportunidade	1
Empregos	2	Precisa de mais apoio	1
Hotéis	2	Precisa ser ofertada na zona rural	1
Paisagem	2	Precisa ter mais música e esportes	1
Programação para famílias	2	Programação gratuita	1
Restaurantes	2	Raízes	1
Tranquila	2	Renda	1
Acomodação	1	Rios	1
Aprimoramento	1	Riqueza	1
Artesanato	1	Salvaguardado	1
Baía	1	Seguro para sair a qualquer hora	1
Bom momento	1	Sem expectativa de desenvolvimento	1
Casarios	1	Semana produtiva	1
Cidade dos aposentados	1	Serviços do lazer	1
Coerção social informal	1	Sossegada	1
Conhecimento	1	Tombada	1
Consumo de entorpecentes	1	Turística	1
Conteúdo	1	Vida cultural de quem tem recursos financeiros	1
Conversas	1	Visitações	1
Curso ao longo do semestre	1	Viver bem	1